PERSPECTIVES
D'EXPORTATION
AU

JAPON

LE MARCHÉ
DE DÉTAIL
DES ALIMENTS
ET DES BOISSONS

LE MARCHÉ DE DÉTAIL DES ALIMENTS ET DES BOISSONS

préparé pour la

Direction de l'expansion du commerce avec le Japon
Ministère des Affaires extérieures

92-05194/

Préface

Les exportateurs canadiens découvrent le nouveau visage du Japon. Les compagnies qui ont travaillé à percer des marchés japonais particuliers enregistrent des résultats extrêmement positifs. Leur succès témoigne des changements importants qu'a subis récemment l'ensemble du marché japonais.

Depuis 1985, grâce à une appréciation marquée du yen et à une ouverture sans précédent du régime d'importation, allant de pair avec une politique de stimulation du marché intérieur, la compétitivité des biens canadiens au Japon s'est de beaucoup accrue. Des débouchés existent maintenant dans des secteurs autrefois fermés aux fournisseurs étrangers.

Cette série d'études intitulée *Perspectives d'exportation au Japon* est publiée par le ministère des Affaires extérieures afin d'aider les exportateurs canadiens à saisir les nouvelles possibilités qu'offre le marché japonais. Ces études déterminent les marchés clés où la capacité de production canadienne existe et où la demande japonaise est croissante. Elles comportent, entre autres, des profils sectoriels incluant des détails précis sur les caractéristiques techniques des marchés, des exemples du succès qu'ont connu les compagnies canadiennes au Japon ainsi qu'une bibliographie de documents pertinents et une liste de contacts clés.

Ces études constituent non seulement des guides pour les exportateurs canadiens, mais aussi la base d'un effort tripartite de promotion et de mise en marché des produits canadiens de la part des associations industrielles, des compagnies canadiennes et du gouvernement canadien. Cette série d'études fut élaborée en consultation avec l'organisme japonais JETRO et avec l'appui du ministère japonais du Commerce extérieur et de l'Industrie.

La présente étude analyse en profondeur le secteur de la vente au détail des aliments et des boissons au Japon. On y trouvera un aperçu général de ce marché en expansion, une description des catégories de détaillants et une présentation des principaux intervenants et de leurs modes d'exploitation. L'étude est une initiative de la Direction de l'expansion du commerce avec le Japon du ministère des Affaires extérieures.

Pour plus d'informations, veuillez communiquer avec la :

Direction de l'expansion du commerce avec le Japon (PNJ)
Ministère des Affaires extérieures
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Télex : 053-3745
Télécopieur : (613) 996-9288 ou
(613) 996-9103

L'apport de l'ambassade du Canada au Japon à cette série d'études de marchés a été important. Pour obtenir de l'aide ou de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec l'ambassade à l'adresse suivante :

Ambassade du Canada
7-3-38 Akasaka, Minato-ku
Tokyo 107 (Japon)

Adresse télégraphique : CANADIAN TOKYO
Téléphone : (011-81-3) 408-2101/8
Télex : (72) 22218 (DOMCAN J22218)
Télécopieur : (système G3) 03-479-5320

Table des matières

	Page
Liste des tableaux et figures	5
1. Aperçu général	7
2. Le commerce de détail en général	10
3. La vente au détail des produits alimentaires	11
4. Les grands magasins à rayons	17
5. Les hypermarchés et les supermarchés	33
6. Les dépanneurs	57

Liste des tableaux et figures

Tableaux

	Page
1. PNB par habitant (en dollars américains)	7
2. Pourcentage de l'autosuffisance alimentaire du Japon, par produit	8
3. Profil du commerce de détail (1985)	11
4. Organisations d'achats centralisés pour les supermarchés	14
5. Principales coopératives de consommation	16

Figures

	Page
1. Répartition géographique de la population japonaise (1985)	9
2. Dépenses du ménage — 1987 (où travaillent les deux conjoints) Frais de subsistance — 3,6 millions de yens	10
3. Répartition du volume total des ventes, par catégorie de magasin	10
4. Proportion des ventes au détail des produits alimentaires et des boissons, par catégorie de magasin	11

1. Aperçu général

L'économie

Le Japon a la deuxième plus grande économie du monde libre, après les États-Unis. De 1982 à 1986, l'économie japonaise a connu un taux de croissance réel moyen de 3,7 % par an et le gouvernement japonais prévoit que l'économie du pays continuera d'enregistrer un taux de croissance de 3,75 % au cours de la prochaine décennie. Grâce aux récentes augmentations de la valeur du yen, le Japon est également un des pays industrialisés qui a atteint le plus haut niveau de PNB par habitant :

La production alimentaire japonaise est insuffisante, la superficie des terres cultivées étant limitée, les fermes petites et la production agricole exigeant beaucoup de main-d'œuvre. Les terres arables s'étendent sur 4,6 millions d'hectares, soit environ un dixième seulement du total des terres arables du Canada. La ferme moyenne n'a que 1,01 hectare, en comparaison avec 152 au Canada. En outre, ces petites fermes font vivre une population agricole de 4 838 milliers de personnes, alors que seulement 513 milliers de Canadiens, soit environ neuf fois moins, vivent de l'agriculture.

Tableau 1

PNB par habitant (en dollars américains)

	1984	1985	1986	1987
États-Unis	15 949	15 356	17 529	18 415
Japon	10 474	13 543	16 184	19 530
Canada	13 300	12 946	14 210	15 700
Allemagne	10 072	11 704	14 700	18 400
France	8 880	9 863	13 034	15 816
Royaume-Uni	7 610	8 173	9 879	11 780

Source : Bank of Japan, Comparative International Statistics, 1986, 1987 and 1988. OECF Reference Tables.

En 1987, les importations du Japon, qui ont atteint une valeur totale de 150 milliards de dollars américains, se répartissaient comme suit : 41 % de matières premières et de combustibles, 15 % de produits alimentaires, 13 % de biens d'équipement et 5 % de biens de consommation. En ce qui concerne les produits alimentaires, les importations pour l'année 1986 se répartissaient comme suit :

Produit	Pourcentage du total des importations de produits alimentaires
Viandes et produits préparés à partir de la viande	13
Produits laitiers et œufs	1
Poissons et produits à base de poisson	18
Céréales et produits préparés à partir de céréales	18
Légumes et fruits	12
Épicerie fine	8
Boissons	2
Tabac	3
Autres	25
Total	100

Source : OCDE, Statistiques du commerce extérieur.

Le Japon est donc de moins en moins capable de pourvoir à ses propres besoins en matière d'alimentation. Comme le montre le tableau 2, l'autosuffisance du Japon en matière d'alimentation est passée de 90 % en 1960 à 70 % en 1986. La baisse a été particulièrement marquée dans le cas du blé, des légumineuses à gousse, des fruits et des noix, de la viande et des algues marines.

Étant donné l'importance du marché japonais, une économie de marché ouverte et une grande dépendance vis-à-vis les importations de produits alimentaires, le Japon doit être considéré comme un marché qui offre à long terme d'excellents débouchés aux pays exportateurs d'aliments.

Tableau 2

Pourcentage de l'autosuffisance alimentaire du Japon, par produit

	1960	1975	1983	1986
Total	90	74	71	70
Céréales	82	40	32	33
Riz	102	110	94	107
Blé	39	4	11	14
Légumineuses à gousse	44	9	7	8
Légumes	100	99	96	95
Fruits et noix	100	84	81	73
Viandes	91	77	80	78
Lait et produits laitiers	89	82	86	86
Algues marines	92	86	74	n.d.
Poissons et fruits de mer	n.d.	99	97	95

Source : Ministère de l'Agriculture, de la Forêt et de la Pêche.

La population

En 1987, la population totale du Japon s'élevait à 122 millions d'habitants. On prévoit qu'elle augmentera lentement pour atteindre 130 millions d'ici l'an 2010 et qu'elle diminuera graduellement par la suite. Environ 61 % de la population se concentre autour des trois grandes agglomérations urbaines : Tokyo (région de Kanto avec 39 millions de personnes), Osaka (région de Kinki avec 20 millions de personnes) et Nagoya (région de Tokai avec 14 millions de personnes), ce qui rend les opérations de vente et de commercialisation accessibles à la majorité de la population. La valeur des terrains est extrêmement élevée dans ces centres, ce qui entraîne le développement de plus en plus grand de la banlieue. Avec l'exode de la population dans les banlieues s'est développée une structure commerciale plus axée sur l'automobile, donnant lieu à une augmentation rapide, au cours des dernières années, des supermarchés et des restaurants-minute.

L'un des changements démographiques les plus importants est l'augmentation de la proportion de personnes âgées qui représentent à l'heure actuelle 10 % de la population totale et qui devrait atteindre les 22 % d'ici l'an 2020. Ce taux de croissance de la population âgée sera plus élevé que dans les autres pays développés.

En 1985, le ménage moyen du Japon se composait de 3,1 personnes, comparativement à 4,1 personnes en 1965. De moins en moins de couples vivent maintenant avec leurs parents et on compte plus de ménages constitués d'une seule personne.

Les femmes représentent aujourd'hui 40 % de la population active et 60 % des travailleuses sont mariées. Elles contribuent donc de façon importante à la prospérité de plus en plus grande de la famille moyenne.

Des ménages moins nombreux, un revenu disponible plus élevé et un plus grand nombre de mères de famille qui travaillent ont créé une plus grande demande pour les aliments surgelés, les aliments prêts à servir et les autres aliments-minute.

Dépenses du ménage

Au cours des cinq dernières années, le taux de croissance du revenu moyen (3,2 %) a toujours dépassé le taux d'inflation de moins de 1 %. En 1987, le revenu annuel moyen de la famille japonaise s'élevait à 5,5 millions de yens, soit environ 53 000 dollars (1 $CAN = 104 yens)*, dont 84 % est disponible (revenu brut moins impôts et retenues de l'assistance sociale).

Cette augmentation de revenu a exercé une influence sur la façon de dépenser des Japonais. Une grande partie des dépenses de consommation qui étaient auparavant consacrées aux vivres et au logement servent maintenant aux services et aux activités de loisirs. La proportion du revenu familial consacrée à l'alimentation est passée de 36 % en 1965 à 25 % en 1987 (voir la figure 2), mais l'alimentation reste encore la deuxième grande catégorie de dépenses. Le marché des biens de consommation durables tels que téléviseurs couleurs, réfrigérateurs, machines à laver, etc., est saturé. Plus de deux tiers des ménages japonais possèdent une voiture.

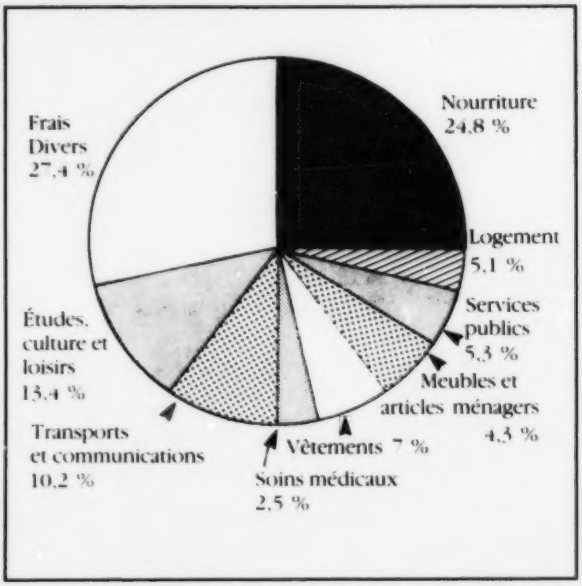
* *Le taux de change utilisé dans le présent rapport est 1 $ = 104 ¥.*

Figure 1

Répartition géographique de la population japonaise (1985)
(en milliers de personnes)

Figure 2

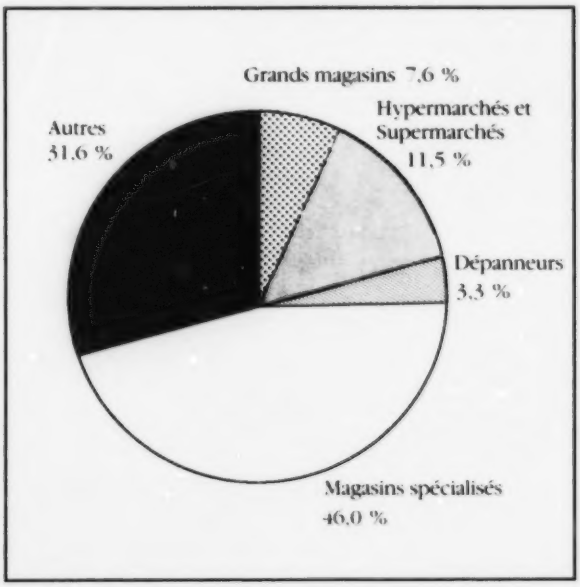
Dépenses du ménage — 1987
(où travaillent les deux conjoints)
Frais de subsistance — 3,6 millions de yens



Source : « Family Income and Expenditure Survey »
Management and Coordination Agency.

Figure 3

Répartition du volume total des ventes,
par catégorie de magasin
Exercice financier 1985 — 101 719 milliards de yens
(978 milliards de dollars canadiens)



Source : « Census of Commerce », MITI.

2. Le commerce de détail en général

Au Japon, le commerce de détail se compose des six catégories d'établissements suivantes : 1) les grands magasins, 2) les hypermarchés et les supermarchés, 3) les dépanneurs, 4) les coopératives, 5) les magasins spécialisés tels que magasins de chaussures, boucheries, etc. et 6) les autres magasins : les petits détaillants en général, les petites exploitations familiales, etc. La figure 3 donne la répartition du volume total des ventes réalisées par chaque type de magasin en 1985. Sur les 101 719 milliards de yens (978 milliards de dollars canadiens) de valeur des ventes au détail, 78 % proviennent des magasins spécialisés et des autres magasins. Les 22 % restants sont absorbés par les grands magasins, les supermarchés et les dépanneurs.

La prédominance au Japon des magasins spécialisés et des autres petites boutiques est probablement ce qui différencie le plus les commerces de détail de l'Amérique du Nord et du Japon. Comme l'indique le tableau 3, on compte encore au Japon plus de 1,5 million de ces petits magasins, soit presque 94 % de tous les points de vente au détail, qui accaparent près de 70 % des ventes au détail. En général, ces petites boutiques sont regroupées dans des zones commerciales de quartiers appelées « shotengai ».

La structure du shotengai n'a pas tellement changé malgré la modernisation rapide d'autres secteurs de la société japonaise. En général, le shotengai se forme dans des zones où les gens ont l'habitude de se rassembler. À Tokyo, par exemple, ce sera à proximité des nombreuses gares où passent les trains de banlieue. L'ampleur du shotengai peut varier considérablement; il se compose habituellement de divers magasins de denrées et services essentiels tels que les magasins de fruits et de légumes, les boucheries, les poissonneries, les magasins de boissons alcoolisées, les nettoyeurs, etc. Au cours des dix ou vingt dernières années, il se peut qu'un supermarché et un dépanneur se soient ajoutés aux autres boutiques du shotengai.

Tableau 3

Profil du commerce de détail (1985)

TYPE DE MAGASIN DE DÉTAIL	VENTES ANNUELLES		NOMBRE DE MAGASINS DE DÉTAIL		SUPERFICIE	
	en millions de yens (milliards de $ CAN)	%	nombre	%	en mètres carrés	%
MAGASINS À RAYONS	7 779 717 (74,8)	7,7	428	0,1	5 721 174	6,1
HYPERMARCHÉS ET SUPERMARCHÉS	19 155 102 (184,2)	18,8	67 150	4,1	21 247 152	22,4
DÉPANNEURS	3 382 902 (32,5)	3,3	29 236	1,8	3 414 521	3,6
MAGASINS SPÉCIALISÉS	46 793 784 (449,9)	46,0	1 004 893	61,7	38 417 728	40,7
AUTRES	24 607 570 (236,6)	24,2	526 937	32,3	25 706 408	27,2
TOTAL	101 719 075 (978,1)	100 %	1 628 644	100 %	94 506 983	100 %

Source : « Census of Commerce », MITI.

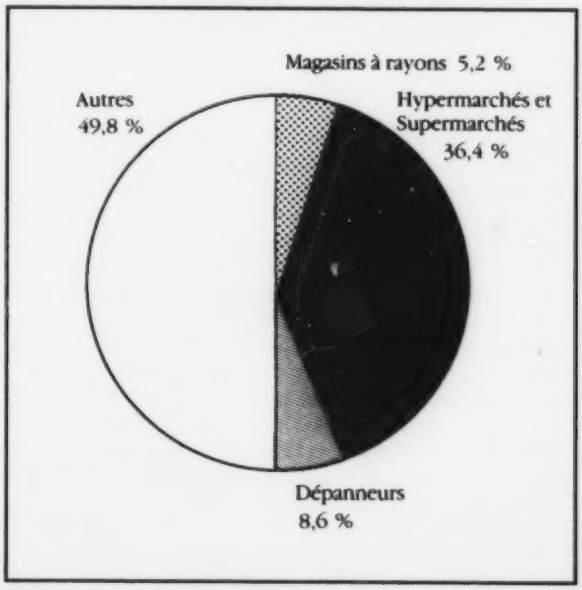
Les ventes au détail ont considérablement augmenté au cours des dix à quinze dernières années. Entre 1976 et 1985, leur volume total s'est multiplié par 1,8, soit un taux de croissance annuel composé de près de 7 %. Au cours de la même période, le pourcentage du total des ventes au détail pour les commerces de libre-service tels que les supermarchés et les dépanneurs est passé de 19,7 % en 1982 à 22,1 % en 1985. Cette augmentation s'est faite surtout aux dépens des autres petits détaillants, quoique les magasins à rayons aient aussi accusé un léger déclin. Les commerces de libre-service devraient continuer à accroître leur part du marché. Les dépanneurs continueront probablement leur croissance rapide pendant plusieurs années.

3. La vente au détail des produits alimentaires

En 1985, le total des ventes au détail des produits alimentaires s'est élevé à 33 221 milliards de yens (319 milliards de dollars canadiens). La figure 4 indique la proportion des ventes réalisées par les catégories de magasins susmentionnées; notons cependant que la catégorie des magasins spécialisés a été incorporée dans celle des autres magasins. Comme dans le cas des ventes au détail en général, la plus grande proportion des ventes de produits alimentaires (49,8 %) revient aux magasins spécialisés et aux petits détaillants. Les supermarchés constituent la deuxième catégorie, suivis par les dépanneurs et les magasins à rayons.

Figure 4

Proportion des ventes au détail de produits alimentaires et de boissons, par catégorie de magasin
Ventes en 1985 — 33 221 milliards de yens (319 milliards de dollars canadiens)



Source : « Census of Commerce », MITI.
« Japan 1989 », Japan Institute for Social and Economic Affairs.

Comme l'indiquent les deux derniers recensements commerciaux, les ventes au détail des produits alimentaires ont augmenté de 4,5 trillions de yens entre 1982 et 1985, ce qui équivaut à un taux de croissance annuel composé de plus de 5 %. Paradoxalement, cette augmentation est survenue au moment où le ménage japonais moyen consacrait à des activités de loisirs et à des produits et services non essentiels un faible pourcentage de son revenu disponible auparavant réservé à l'alimentation.

À l'origine, le commerce de détail dans le secteur de l'alimentation était la chasse-gardée des magasins spécialisés et des détaillants généraux. Les supermarchés et les hypermarchés, avec leur vaste surface de vente de plus de 1 500 m^2 réservée aux produits alimentaires, sont un phénomène relativement nouveau, n'étant apparus que vers le milieu des années 1950. Même à cette époque, les magasins plus vastes ne se sont pas multipliés rapidement avant le boom de la fin des années 1960 et du début des années 1970. Imitant les supermarchés, les magasins à rayons ont eux aussi augmenté leurs opérations dans ce secteur en réservant un étage entier, ordinairement le sous-sol, aux aliments et boissons.

La croissance spectaculaire des chaînes de supermarchés fut brusquement interrompue au milieu des années 1970 par l'adoption d'une loi visant à protéger les détaillants plus petits. La loi, qui obligeait le propriétaire désireux d'ouvrir un magasin de plus de 1 500 m^2 à obtenir le consentement préalable des marchands locaux, porta un dur coup à l'industrie des supermarchés, mais elle contribua beaucoup à la survie des magasins de quartier, dont le nombre diminue lentement.

Lors du recensement de 1985 (tableau 3), le gouvernement a dénombré plus de 67 150 supermarchés qui déclaraient un chiffre d'affaires total dépassant 19,2 trillions de yens (184 milliards de dollars canadiens). Beaucoup de ces magasins étaient bien plus petits que les supermarchés d'Amérique du Nord.

Comme l'illustre la figure 4, la ménagère japonaise dépend encore dans une large mesure des petits détaillants généraux et des magasins spécialisés qui sont situés dans le quartier commercial du voisinage, c'est-à-dire le shotengai. Ces petits magasins accaparent 49 % de l'ensemble des ventes de produits alimentaires réalisées par les magasins de détail japonais. En général, la maîtresse de maison fait ses emplettes dans les commerces de son voisinage une fois par jour, à bicyclette ou à pied. Les provisions étant en grande partie consommées le jour même, elle achète habituellement en plus petites quantités que ne le feraient les consommateurs canadiens. Même au supermarché, sa facture ne s'élève en moyenne qu'à 1 500 yens (à peu près quatorze dollars canadiens). Elle achète très peu en grosses quantités, sauf les produits de base comme le riz ou la sauce de soja qu'elle commande dans des magasins spécialisés qui les lui livrent à domicile.

Les petits détaillants indépendants se regroupent peu à peu en chaînes; beaucoup achètent aussi des franchises de chaînes ou se joignent à des chaînes indépendantes. L'un des grands avantages qu'apportent ces genres d'association est la diminution des coûts des marchandises grâce aux économies d'échelle auxquelles donnent lieu les achats en commun. Quelques chaînes bien organisées forment le personnel et adoptent une approche plus scientifique à la gestion du magasin. Les chaînes de dépanneurs telles Seven-Eleven ou Lawson's sont de bons exemples de ces chaînes de petits magasins qui se développent à un rythme vertigineux.

Dans les sections suivantes du présent document, nous passerons en revue les grandes catégories de magasins de détail, à savoir les grands magasins à rayons, les hypermarchés et les supermarchés, les dépanneurs, les coopératives, les magasins spécialisés et les petits détaillants en général.

Les grands magasins à rayons

Les grands magasins à rayons se divisent en deux groupes. Le premier groupe comprend des magasins traditionnels, dont certains existent depuis 300 ans, tels Mitsukoshi, Matsuzakaya, Matsuya, Takashimaya, Sogo et Daimaru. Le deuxième groupe comprend des magasins plus récents qui sont habituellement reliés aux lignes des trains de banlieue. Les compagnies ferroviaires ont créé ces magasins à la fois pour attirer et pour accommoder les gens qui vivent aux abords de leurs lignes de banlieue. Ces magasins, nommément Seibu, Tokyu, Odakyu, Hankyu, Tobu et Meitetsu sont habituellement situés à des endroits stratégiques, près des principales gares de leurs compagnies ferroviaires. Les magasins plus anciens sont en général plus élégants et offrent des produits plus chers que les nouveaux magasins, à l'exception de Seibu.

Les grands magasins à rayons, qui étaient jusqu'en 1973 les plus grandes entreprises de vente au détail, ont été depuis supplantés par les chaînes d'hypermarchés. Ils ont essayé de contrer cette concurrence en offrant des produits de luxe dans un cadre plus chic et plus prestigieux. Les vêtements élégants et les articles personnels exclusifs constituent leur principal atout et représentent 50 % de leurs ventes. Récemment, quelques hypermarchés ont essayé de pénétrer le marché des grands magasins à rayons en établissant des filiales qui offrent des produits de haut de gamme.

Les principaux éléments qui distinguent les grands magasins à rayons du Japon de ceux de l'Amérique du Nord sont les suivants :

Les rayons de produits alimentaires : En fait, les plus grands magasins japonais, sauf Marui, ont un rayon de produits alimentaires au sous-sol et parfois aussi à un autre étage. Les ventes de ces produits représentent au moins 20 % du chiffre d'affaires du grand magasin moyen. En général, ces rayons sont les endroits les plus bruyants et les plus achalandés de tout grand magasin.

Souvent, les grands magasins louent à des grossistes ou à des détaillants de produits alimentaires spécialisés un espace sur les étages réservés à l'alimentation. Ces entreprises de détail spécialisées qui dirigent leur propre entreprise à l'intérieur d'un grand magasin peuvent comprendre des concessions réputées de pâtisserie, de boucherie et charcuterie de spécialités, de détaillants de mets chinois, de café, de thé vert, etc. L'arrangement pris entre le magasin et le détaillant au sujet des ventes et de la location varie selon le magasin, mais il comporte habituellement le versement au grand magasin d'un pourcentage sur les ventes.

La variété des produits : Généralement, un grand magasin à rayons japonais offre une variété beaucoup plus considérable de produits que ce même type de magasin en Amérique du Nord.

Les cadeaux de produits alimentaires et de boissons : Bien que ce secteur ne se limite pas aux grands magasins à rayons, il est ici mentionné parce que les grands magasins détiennent une part importante du marché. Ces cadeaux sont emballés dans des paquets spécialement préparés et vendus au cours des deux périodes de l'année où on offre de tels cadeaux, c'est-à-dire en décembre et en juillet. Par exemple, les compagnies d'huile de table offriront un cadeau attrayant renfermant trois, quatre ou cinq récipients d'huile; les fabricants de whisky offreront deux bouteilles dans un contenant en bois. En général, les emballages-cadeaux ne contiennent qu'une sorte d'aliment, mais ils peuvent aussi en contenir plusieurs sortes. Il pourra s'agir de fromage, beurre, thé, vin, café, jambon, sauces, jus de fruit, confitures, etc. Beaucoup d'emballages-cadeaux de produits autres qu'alimentaires, comme des serviettes ou du savon, sont aussi très en demande.

C'est surtout à cause de leur prestige que les grands magasins dominent ce marché. Tous les cadeaux sont enveloppés dans de beaux papiers qui portent le nom du magasin. Un cadeau est évidemment plus apprécié s'il provient d'un de ces magasins de prestige que d'un supermarché ou autre établissement moins prestigieux. Ce facteur est d'autant plus important que ces cadeaux sont souvent destinés à des relations d'affaires, c'est-à-dire à des supérieurs ou à des clients importants. Le grand magasin Takashimaya domine le marché de la vente des cadeaux.

Les restaurants : La plupart des grands magasins ont un ou des étages, habituellement les derniers, réservés aux restaurants qui sont en règle générale indépendants du magasin. Au nombre de six ou plus par étage, ils ont des prix raisonnables et se spécialisent entre autres dans le sushi, les nouilles, les mets chinois, les grillades et les plats occidentaux.

Dans les grands magasins à rayons, les produits alimentaires sont ordinairement des produits rares ou dont la qualité et le prix sont supérieurs à ceux des supermarchés. D'ailleurs tous leurs produits, comestibles ou non, sont destinés à une clientèle plus riche. L'un des points faibles de ces magasins est qu'ils n'arrivent généralement pas à s'implanter dans les banlieues. Il est d'ailleurs rare de voir dans les banlieues des centres commerciaux implantés autour de grands magasins à rayons.

Les hypermarchés et les supermarchés

Il existe deux grands types de chaînes de supermarchés au Japon. Le premier type est celui qu'un Nord-Américain reconnaîtrait facilement : un vaste libre-service à un ou deux étages qui vend principalement des produits alimentaires. Le deuxième, souvent appelé hypermarché, regroupe un supermarché d'alimentation typique et un grand magasin offrant une foule d'autres produits à bas prix. Ils ont souvent quatre ou cinq étages et une superficie totale d'environ 9 000 mètres carrés, soit quatre fois celle d'un grand supermarché américain typique. Dans ces établissements, c'est le premier étage qui est habituellement réservé à la vente des produits alimentaires qui ne représentent en général que 30 à 35 % des ventes totales.

Les chaînes d'hypermarchés comme Daiei, Ito-Yokado et Seiyu ont connu une croissance prodigieuse à partir des années soixante jusqu'au milieu des années soixante-dix. En conséquence, les cinq principales chaînes sont maintenant les cinq plus grands détaillants au Japon, ayant surpassé Mitsukoshi, le magasin à rayons le plus important. Les chaînes d'hypermarchés doivent leur croissance rapide à plusieurs facteurs, nommément à une publicité dynamique, à une stratégie de distribution de masse et à l'avènement d'une société d'abondance ainsi qu'à leur développement rapide dans les banlieues où les grands magasins ne leur font pas grand concurrence.

Tableau 4

Organisations d'achats centralisés pour les supermarchés

AIC Inc. (Allied Import Co.)
Adresse : 2-4 Kanda Jinbo-cho, Chiyoda-ku, Tokyo 101
Tél. 230-2788 Télex : 2325034 AICINC J

Membres : Six sociétés : JUSCO, Uny, Izumiya, Chujitsuya, Safeway (É.-U.) et Promodes (France).

Valeur totale des achats : (1987) 46 milliards de yens

Aperçu général : AIC a été créé en 1979 afin d'importer en commun de marchandises pour 5 chaînes de supermarchés (dont une s'est retirée depuis). Safeway s'est jointe au groupe en 1981. AIC achète de Safeway pour environ 0,3 milliard de yens de produits et lui en vend pour 1 milliard.
La part actuelle des avoirs de AIC est la suivante : Supermarchés japonais 94,4 %
Promodes 4,3 %

CGC Japan Cie, Ltée (Chaîne d'épiceries coopératives)
Adresse : 2-1-4, Okubo, Shinjuku-ku, Tokyo
Tél. (03) 203-1111

Membres : 261 chaînes moyennes et petites de supermarchés comprenant Olympic Shopping Center, Lion-do, Hello Foods, Maruya et Santoku. Daiei, le plus grand détaillant au Japon, a également une entente avec CGC.

Valeur totale des achats : (1987) 268 milliards de yens dont 13 milliards pour des produits importés.

Aperçu général : CGC a été créée en 1973. Daiei a conclu une entente en 1980 établissant une entreprise en participation, Glory, aux niveaux du développement de la commercialisation et de la formation du personnel. CGC compte 8 centres de distribution au Japon et projette en ouvrir 22 autres. En 1985, la société a établi une entreprise en participation, Sun Fresh Japan, avec un grossiste japonais pour importer des fruits. Une entreprise dont le chiffre de ventes annuelles est inférieur à 2 milliards de yens ne peut s'associer à CGC. Une nouvelle organisation est toutefois en train de se former pour servir les magasins plus petits.

Nihon Ryutsu Sangyo K.K. (Nichiryu)
Adresse : Immeuble Osaka Shiga, 3-16-1 Honcho, Higashi-ku, Osaka
Tél. (06) 264-6711

Membres : 15 sociétés : Heiwado, Izumi, Chain Store Okuwa, Sato, Grand Tamakoshi, Yaohan Dept. Store, Kinsho, Nada-Kobe Consumers Coop., Kasumi, Kintetsu Tokai, Sunny Mart et Seikatsu Kyodo Kumiai Shimin Seikyo.

Valeur totale des achats : (1988) 104 milliards de yens, soit l'équivalent de 8 % des ventes totales des membres.

Aperçu général : Mise sur pied en 1974, Nichiryu a des magasins membres partout au Japon, sauf dans les régions de Tohoku et de Kyushu. Nichiryu est un promoteur actif des marques privées. La société oriente maintenant ses efforts vers les importations et la vente au détail hors magasin.

NAC (Nippon Allied Chain)
Adresse: Immeuble Nisshin Tatemono Semba, 3-29 Kita Kyutaro-Machi, Higashi-ku, Osaka
Tél. (06) 245-4741

Membres : 191 supermarchés moyens et petits et des chaînes volontairement associées dirigées par Nichii.

Valeur totale des achats : (1987) 78 milliards de yens — soit l'équivalent de 44 % des ventes totales des membres.

Aperçu général : NAC a été créée par Nichii en 1973. La société, qui achète principalement des vêtements, a conclu une entente d'expertise en commercialisation des services avec Emco Distributors des É.-U.

Selco Chain (Self-Service Co)
Adresse : Édifice Akihabara, 1-10-3 Taito, Taito-ku, Tokyo
Tél. 834-4821

Membres : 122 supermarchés moyens et petits

Valeur totale des achats : (1987) 4,8 milliards de yens — soit l'équivalent de 1,5 % des ventes totales des membres.

Aperçu général : Selco Chain a été créée en 1962. La société s'est unie à « Glory » (voir CGC) en 1981 pour la distribution conjointe de produits alimentaires.

Vers le milieu des années 1970, une nouvelle loi a été adoptée afin de limiter à 1 500 mètres carrés la superficie de tout nouveau supermarché, sauf lorsque les petits détaillants locaux autorisent le contraire. Un accord de ce genre étant bien sûr difficile à obtenir, la loi a considérablement ralenti la prolifération des hypermarchés. En conséquence, les chaînes d'hypermarchés ont diversifié leurs activités et exploitent également des petites chaînes de supermarchés, des chaînes de dépanneurs, des restaurants et des restaurants-minute, des chaînes de magasins spécialisés, des services financiers aux consommateurs, des entreprises de vente par la poste, etc.

Entre 1982 et 1985, le taux de croissance des chaînes de supermarchés et d'hypermarchés a été d'environ 5,4 % par année. Une croissance modérée devrait se poursuivre, mais sont probablement révolues les années florissantes où 89 chaînes de supermarchés et d'hypermarchés se trouvaient parmi les 200 plus grands détaillants du pays et accaparaient plus de la moitié du marché.

Au cours des cinq à dix dernières années, les supermarchés gros et moyens ont surtout fait des acquisitions en commun au pays et à l'étranger, facilité le développement des marques privées ou mis en œuvre des programmes de commercialisation ou de formation du personnel. Le tableau 4 décrit quelques-uns de ces groupes.

Les dépanneurs

Au cours des dernières années, les dépanneurs se sont multipliés au Japon et il semble que cette tendance se poursuivra aux cours des prochaines années. En 1985, leur nombre total (chaînes et magasins indépendants), s'élevait à 29 236. On prévoit que d'ici le début des années quatre-vingt-dix, il y aura 50 000 dépanneurs au Japon.

Bien qu'il n'y ait pas de définition précise d'un dépanneur, tous les dépanneurs partagent les caractéristiques suivantes :

- des heures d'ouverture plus longues, ordinairement de 12 à 24 heures par jour;
- des produits caractéristiques, de petits paquets de charcuterie, des snacks, des boissons courantes et, ordinairement, quelques repas-minute;
- bien éclairés, ces magasins libre-service occupent une superficie d'environ 100 m^2;
- les produits sont vendus au prix courant ou à un prix légèrement plus élevé que dans les supermarchés.

Le choix des produits offerts varie d'une chaîne à l'autre. Certaines ne vendent pas de mets-minute, d'autres offrent de grandes quantités de viande et de légumes frais, d'autres vendent aussi des petits biens durables de consommation comme des grille-pain ou des marmites pour faire cuire le riz. En général, les denrées alimentaires, y compris les aliments transformés, les aliments frais ou les repas-minute, représentent environ 90 % des ventes totales.

La plupart des chaînes de dépanneurs au Japon ont été formées à la suite de l'union de détaillants indépendants plutôt qu'à la suite de la création de nouveaux magasins. Les chaînes considèrent donc les centaines de milliers de détaillants généraux et de petites exploitations familiales comme un vaste « bassin » de franchisés virtuels. L'attrait qu'exerce la chaîne de dépanneurs s'explique par son approche plus scientifique à la vente au détail et par l'état de ses magasins qui sont propres, bien éclairés et bien organisés. De plus, les chaînes forment les gérants et aident le propriétaire à être plus professionnel et plus efficace. Certaines grandes chaînes exigent de leurs franchisés une redevance pouvant aller jusqu'à 45 % de leurs bénéfices.

Quelques chaînes de petits magasins appelés supérettes (il y en a 33) se distinguent à plusieurs égards des dépanneurs :

- ils ouvrent au maximum 12 heures par jour;
- ils visent surtout à concurrencer les supermarchés en offrant des rabais et en essayant de vendre par grosses quantités;
- certains de leurs magasins ont une superficie de plus de 500 mètres carrés, mais la plupart ont la même superficie qu'un dépanneur;
- ils vendent presque les mêmes produits que les supermarchés, mais avec un choix moins grand.

La chaîne de supérettes et de dépanneurs la plus prospère est Seven-Eleven. Créée en 1974, elle compte maintenant 3 121 magasins et son chiffre d'affaires s'élève à 95 milliards de yens. À bien des égards, le style de magasin de Seven-Eleven a servi de modèle à la plupart des autres dépanneurs, mais peu d'entre eux ont appliqué avec autant de succès son approche scientifique. Par exemple, Seven-Eleven est la première chaîne à avoir utilisé dans tous ses magasins un système de point-de-vente semblable au système de code de prix unitaire utilisé en Amérique du Nord.

Les coopératives

La coopérative de vente au détail de produits alimentaires tire son origine de deux types d'organisation coopérative. Le premier est constitué de coopératives ordinairement organisées par des mères de famille ou des voisins qui s'unissent pour acheter en commun et en gros et ainsi bénéficier de rabais. Quelques-unes de ces coopératives sont devenues d'importantes organisations, certaines avec leurs propres marques de commerce. La plus grande de ces organisations est la Nada-Kobe Consumer's Cooperative Society qui compte 105 magasins et qui, en 1986, a réalisé un chiffre d'affaires de 256 milliards de yens (voir le tableau 5).

Les coopératives agricoles et les coopératives de consommation continuent leur expansion, améliorant leur organisation et diversifiant leurs services. D'ici quelques années, les ventes des seules coopératives de consommation devraient augmenter de 33 % et atteindre les 2 000 milliards de yens (19,2 milliards de dollars canadiens).

Tableau 5

Principales coopératives de consommation (1986)

Nom	Ventes		Nombre de magasins
	en millions de dollars canadiens	en milliards de yens	
Nada-Kobe Consumers Coop Society	2 462	256	105
Zenkoku Rodosha Kyosai Seikyo Rengokai	1 279	133	117
Seikatsu Kyodo Kumiai Shimin Seikyo	1 144	119	117
Kanagawa Seikatsu Kyodo Kumiai	1 135	118	143
Toyota Co-operative	519	54	29
Tokyo Tomin Seikatsu Kyodo Kumiai	510	53	58
Miyagi Seikatsu Kyodo Kumiai	452	47	n.d.
Shimin Seikyo Saitama	423	44	31

Source : Ryutsu Kaisab Nenkan.

En 1985, on dénombrait au total 2 300 coopératives de consommation regroupant 4 millions de ménages et réalisant un chiffre d'affaires d'environ 1 317 milliards de yens (12,7 milliards de dollars canadiens), ce qui représente 1,3 % du total des ventes au détail de 1985. Environ 60 % de ces coopératives sont petites, leur superficie étant inférieure à 100 mètres carrés. Cependant, quelques-unes ont la même superficie qu'un gros supermarché.

L'autre type de coopérative est la coopérative agricole Nokyo. Nokyo est une gigantesque organisation agricole nationale qui regroupe environ cinq millions de ménages. L'une des nombreuses entreprises de Nokyo est sa chaîne de magasins d'alimentation « A Coop » qui, en 1985, comptait environ 2 000 magasins et un chiffre d'affaires de 800 milliards de yens. « A Coop » s'occupe de créer des produits portant la marque de la coopérative.

Les magasins spécialisés

Les magasins spécialisés représentent les réseaux les plus importants de distribution au détail et plus particulièrement des produits alimentaires, quant au nombre de magasins, d'employés et du chiffre d'affaires. Le magasin spécialisé est défini comme un magasin où le client s'adresse directement au vendeur et qui réalise plus de 90 % de son chiffre d'affaires en vendant certaines catégories de produits, tels que du poisson, des boissons alcooliques, etc.

Dans les autres secteurs que celui de l'alimentation, les magasins spécialisés voient leur part de marché diminuer de plus en plus au profit des chaînes de magasins spécialisés. Dans le secteur de l'alimentation, la plus vive concurrence provient des chaînes de supermarchés, de supérettes et de dépanneurs. L'hémorragie a diminué grâce à la loi limitant la superficie des nouveaux magasins, mais la part globale du marché des libre-service a en général continué d'augmenter au cours de la dernière décennie.

Les autres petits magasins de détail

Les petits magasins de détail, qui sont ordinairement des petites exploitations familiales, constituent une partie importante du secteur de la vente au détail au Japon. On en compte environ 520 000. Ces magasins offrent habituellement différentes catégories de produits : denrées alimentaires, boissons, articles de ménage, etc.; ce sont de très petits commerces dont la rentabilité est marginale, mais qui ont souvent une clientèle fidèle.

Le nombre de ces petites exploitations ne diminue que lentement, car elles sont légalement protégées contre l'intrusion des grands supermarchés dans leur voisinage. Cependant, bon nombre d'entre elles peuvent s'associer à des chaînes indépendantes ou à des chaînes de dépanneurs qui leur apprendront les procédés d'exploitation, leur feront profiter de rabais sur les achats effectués en commun et formeront leur personnel.

4. Les grands magasins à rayons

La section suivante se divise en deux parties. La première donne un classement par chiffre d'affaires des 50 plus grands magasins, ainsi que des renseignements de base comme l'adresse, le nombre de magasins, le chiffre d'affaires en 1987-1988 et le pourcentage des ventes de produits alimentaires et de boissons par rapport au volume total des ventes.

La seconde partie est un aperçu plus détaillé des 12 plus grands magasins qui comprend une description de leurs principales caractéristiques et activités et un tableau sur les données de base relatives à leur exploitation.

Nom	Ventes en 1987		
	Total (en millions de yens)	Aliments et boissons (%)	Nombre de magasins
The Seibu Department Stores Ltd 28-1, Minami-Ikebukuro 1-chome, Toshima-ku Tokyo 171 Téléphone : (03) 981-0111 Télex : J22506 SEIBU	648 473	18	12
Mitsukoshi Ltée 7-4, Nihonbashi Muro-machi 1-chome, Chuo-ku Tokyo 103 Téléphone : (03) 241-3311 Télex : 02224366	643 356	22	14
Takashimaya Ltée 4-1, Nihonbashi 2-chome Chuo-ku, Tokyo 104 Téléphone : (03) 211-4111 Télex : J24810 TAKASTORE	557 119	18	6
The Daimaru Inc. 118, Shinsaibashi-suji 1-chome, Minami-ku, Osaka 542 Téléphone : (06) 271-1231 Télex : J63379	519 462	18	8
Marui Ltée 7-18, Nakano 3-chome Nakano-ku, Tokyo 164 Téléphone : (03) 384-0101 Télex : 2322742 MARUI J	444 098	0	32
Matsuzakaya Ltée 3-16-1, Sakae Naka-ku, Nagoya 460 Téléphone : (052) 251-1111 Télex : 04422419 MATSUN J	386 016	20	9
Isetan Ltée 14-1, Shinjuku 3-chome Shinjuku-ku, Tokyo 160 Téléphone : (03) 352-1111 Télex : J23410	320 579	18	5
Tokyu Department Store Inc. 24-1, Dogensaka 2-chome Shibuya-ku, Tokyo 150 Téléphone : (03) 477-3111 Télex : 02423688 TOKYUD J	297 781	23	10
Hankyu Department Stores Inc. 8-7, Kakuta-cho Kita-ku, Osaka 530 Téléphone : (06) 361-1381 Télex : J64128	296 001	26	8

Nom	Ventes en 1987		
	Total (en millions de yens)	Aliments et boissons (%)	Nombre de magasins
Sogo Ltée 38, Shinsaibashi-suji 1-chome, Minami-ku, Osaka 542 Téléphone : (06) 281-3111 Télex : 05228663	245 338	20	3
Yokohama Takashimaya Ltée 6-31, Minami-Saiwai 1-chome, Nishi-ku, Yokohama 220 Téléphone : (045) 311-1251	222 714	21	3
Kintetsu Department Store Ltée 1-43, Abeno-suji 1-chome Abeno-ku, Osaka 545 Téléphone : (06) 624-1111 Télex : 5267711 KIN J	214 820	27	7
The Seibu Department Stores Ltée-Kansai Seibu Shin-Osaka 10-15, Nishi-Nakanoshima 5-chome, Yodogawa-ku, Osaka 532 Téléphone : (06) 305-0111	150 000	n.d.	6
Odakyu Department Store Ltée 1-3, Nishi-Shinjuku 1-chome, Shinjuku-ku, Tokyo 160 Téléphone : (03) 342-1111	131 301	20	1
Tenmaya Department Store Ltée 1-1, Omote-machi 2-chome Okayama 700 Téléphone : (0862) 31-7111	112 292	21	5
Keio Department Store Ltée 1-4, Nishi-Shinjuku 1-chome, Shinjuku-ku, Tokyo 160 Téléphone : (03) 342-2111	111 971	18	2
Tobu Department Store Ltée 1-25, Nishi-Ikebukuro 1-chome, Toshima-ku, Tokyo 171 Téléphone : (03) 981-2211	103 127	26	1

Nom	Ventes en 1987		
	Total (en millions de yens)	Aliments et boissons (%)	Nombre de magasins
Nagoya Mitsukoshi Department Store Ltée 5-1, Sakae 3-chome Naka-ku, Nagoya 460 Téléphone : (052) 251-2111	103 061	22	3
Hanshin Department Store Ltée 13-13, Umeda 1-chome Kita-ku, Osaka 530 Téléphone : (06) 345-1201 Télex : J63035 HANDPS	100 788	30	1
K.K. Kanto Takashimaya 45, Asahi-machi, Takasaki Gunma Pref. 370 Téléphone : (0273) 27-1111	95 306	22	4
K.K. Marui Imai 11, Minami Ichijo Nishi 2-chome Chuo-ku, Sapporo 060 Téléphone : (011) 281-1151	94 592	22	5
Matsuya Ltée 6-1, Ginza 3-chome Chuo-ku, Tokyo 104 Téléphone : (03) 567-1211 Télex : 02522941	91 364	22	2
Meitetsu Department Store Ltée 2-1, Meieki 1-chome Nakamura-ku, Nagoya 450 Téléphone : (052) 571-1111 Télex : 04424167	91 134	15	1
K.K. Dac City Toa Akasaka No. 2 Bldg. 5-30, Akasaka 8-chome Minato-ku, Tokyo 107 Téléphone : (03) 470-4115	86 184	22	11
Daiwa Ltée 2-5, Katamachi 2-chome Kanazawa Ishikawa Pref. 920 Téléphone : (0762) 62-1111	82 022	22	6
K.K. Maruhiro Hyakkaten 6-1, Shintomi-cho, 2-chome Kawagoe, Saitama 350 Téléphone : (0492) 24-1111	73 511	n.d.	7

Nom	Ventes en 1987		
	Total (en millions de yens)	Aliments et boissons (%)	Nombre de magasins
Department Store Izutsuya Ltée 1, Funaba-cho 1-chome Kokura Kita-ku, Kita Kyushu Fukuoka 802 Téléphone : (093) 531-1121	69 206	n.d.	3
Iwataya Department Store Ltée 11-1, Tenjin 2-chome Fukuoka 810 Téléphone : (092) 721-1111	68 496	22	2
Maruei Department Store Ltée 3-1, Sakae 3-chome Naka-ku, Nagoya 460 Téléphone : (056) 251-1211	67 419	15	1
K.K. Hiroshima Sogo 27, Motoi-cho, 6-chome Naka-ku, Hiroshima 730 Téléphone : (0782) 225-2111	62 005	22	1
K.K. Chiba Sogo 3-1, Fujimi 2-chome Chiba 280 Téléphone : (0472) 56-2111	60 056	22	1
K.K. Tokiha 1-4, Funai-cho 2-chome Oita 870 Téléphone : (0975) 38-1111	59 492	18	1
K.K. Tsuruya Hyakkaten 1, Tedori Hon-cho 6-chome Kumamoto 860 Téléphone : (096) 356-2111	53 905	23	1
K.K. Yamagataya 1, Kinsei-cho 3-chome Kagoshima 892 Téléphone : (0992) 24-6111	47 981	23	1
K.K. Kashiwa Sogo 1-21, Kashiwa 1-chome Kashiwa, Chiba 277 Téléphone : (0471) 63-2111	46 615	24	1
K.K. Isejin 6-22, Izumi-machi 1-chome Mito, Ibaragi 310 Téléphone : (0292) 31-2111	45 963	18	3

Nom	Ventes en 1987		
	Total (en millions de yens)	Aliments et boissons (%)	Nombre de magasins
Matsubishi Department Store Co., Ltd. 124, Kaji-machi, Hamamatsu Shizuoka Pref. 430 Téléphone : (0534) 55-1111	45 950	25	32
K.K. Funabashi Tobu 7-1, Hon-machi 7-chome Funabashi, Chiba 273 Téléphone : (0474) 25-2211	45 875	32,5	1
K.K. Yanagen 56, Takaya-cho 1-chome Ogaki, Gifu Pref. 503 Téléphone : (0584) 78-1111	45 585	29	30
Fukuya Co., Ltd. 26, Ebisu-cho 6-chome Naka-ku, Hiroshima 730 Téléphone : (082) 246-6111	44 662	21	1
K.K. Hakata Daimaru 4-1, Tenjin 1-chome Chuo-ku, Fukuoka 810 Téléphone : (092) 712-8181	44 395	16	1
K.K. Fujisaki 2-17, Ichiban-cho 3-chome Sendai, Miyagi Pref. 980 Téléphone : (0222) 61-5111	42 890	21	1
K.K. Iyotetsu Sogo 1-1, Minato-cho 5-chome Matsuyama, Ehime Pref. 790 Téléphone : (0899) 48-2111	42 285	23	1
K.K. Machida Odakyu 12-20, Haramachida 6-chome Machida, Tokyo 194 Téléphone : (0427) 27-1111	40 947	31	1
Sapporo Sogo Co., Ltd. 1, Kita 5-jo, Nishi 2-chome Chuo-ku, Sapporo 060 Téléphone : (011) 213-2111	40 525	17	1
K.K. Suzuran 12-3, Chiyoda-machi 2-chome Maebashi, Gunma Pref. 371 Téléphone : (0271) 33-1111	39 180	n.d.	3
K.K. Okajima 21-15, Marunouchi 1-chome Kofu, Yamanashi Pref. 400 Téléphone : (0552) 32-2111	38 310	37	10

Nom	Ventes en 1987		
	Total (en millions de yens)	Aliments et boissons (%)	Nombre de magasins
K.K. Chiba Mitsukoshi Hyakkaten 6-1, Fujimi 2-chome Chiba 280 Téléphone : (0472) 24-3131	35 380	20	1
Kurosaki Sogo Ltée 1-1, Kurosaki 1-chome Yawata-Nishi-ku, Kitakyushu 806 Téléphone : (093) 632-2111	33 447	18	1
K.K. Iwataya Isetan 22, Sakura-cho, 3-chome Kumamoto 860 Téléphone : (096) 322-1111	31 286	19	1

SEIBU

Adresse : 1-28-1, Minami-Ikebukuro, Toshima-ku, Tokyo 171, Japon Téléphone : 03-989-0111 Télex : J22507 SEIBU	
CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL (Exercice se terminant en février 1988)	648 473 millions de yens
NOMBRE TOTAL DE MAGASINS	12
EMPLACEMENT DES MAGASINS	Est du Japon
MOYENNE DES VENTES ANNUELLES PAR MAGASIN	54 039 millions de yens
POURCENTAGE DES VENTES DE PRODUITS ALIMENTAIRES	18 %
SUPERFICIE TOTALE DE MAGASIN	273 899 mètres carrés
NOMBRE TOTAL D'EMPLOYÉS	13 811 À temps plein : 8 839 À temps partiel : 4 972
ANNÉE DE FONDATION	1940

Seibu est la plus grande chaîne de magasins à rayons au Japon. Cette chaîne fait partie du groupe de propriété familiale Seibu Saison qui possède cent sociétés et compte plus de 77 000 employés et employées.

Seibu est devenue la plus grande chaîne de magasins à rayons et son chiffre d'affaires annuel s'est élevé à 648 millions de yens pour l'exercice terminé en février 1988, dépassant pour la première fois Mitsukoshi. La chaîne Seibu exploite douze magasins. Il est intéressant de noter que la société a connu une expansion rapide, ouvrant de nouveaux magasins dans de grandes agglomérations urbaines et s'associant à des magasins locaux tels que Darumaya Seibu, Gobankan et Matsukiya. Seibu est la société principale du groupe de magasins de vente au détail, ayant des liens avec la majorité des autres magasins appartenant à ce groupe, y compris Seiyu, une autre société importante. La société Seibu est donc considérée comme une source de capitaux pour les magasins de vente au détail. La société Saison a été constituée en 1987 et investie du mandat d'exercer un contrôle sur l'ensemble des sociétés du groupe. Théoriquement, la chaîne de magasins à rayons Seibu n'est plus le bailleur de fonds pour le groupe. Au cours de l'exercice terminé en février 1988, le chiffre d'affaires du magasin principal du Groupe, le Seibu Ikebukuro, a atteint 344 milliards de yens, un sommet à ce moment jamais atteint par un seul magasin au Japon.

Seibu entreprend maintenant de s'installer dans la région de Kansai, au Japon. La société ouvrira un magasin à Osaka en 1990 et envisage ouvrir un peu plus tard trois autres magasins dans la même région.

La chaîne Seibu lorgne aussi du côté du marché sud-asiatique. Seibu ouvrira en effet un magasin à Hong Kong vers 1990. Seibu a été réticente à ouvrir un magasin outre mer depuis qu'elle a dû fermer son magasin de Los Angeles un an seulement après son ouverture, en 1961, en raison du chiffre d'affaires qui était nettement insuffisant. La société Seibu deviendra aussi présente sur le marché taiwanais où elle s'est associée à un magasin à rayons. La chaîne Seibu Department Stores et ce magasin local ont investi 100 millions de yens en novembre 1988 en préparation de l'ouverture de leur magasin à Taiwan et de l'importation et de l'exportation de leurs produits.

Seibu a mis sur pied une association de marchandisage, la Japan Department Stores Management Association (JMA) en collaboration avec 22 autres magasins à rayons, nommément Meitetsu Department Stores, Tsuruyas Hyakkaten, Tokiba et Yagamataya. Cette association n'a pas été active et a cessé toute activité de marchandisage en 1980. Elle se limite actuellement à échanger entre les membres de l'association des informations de gestion.

MITSUKOSHI LTÉE

Adresse : 1-7-4, Chuo-ku, Nihonbashi Muro-machi, Tokyo 103, Japon Téléphone : 03-241-3311 Télex : 02224436, 02224432	
CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL (Exercice se terminant en février 1988)	643 356 millions de yens
NOMBRE TOTAL DE MAGASINS	14
EMPLACEMENT DES MAGASINS	Est du Japon : 7 Ouest du Japon : 7
MOYENNE DES VENTES ANNUELLES PAR MAGASIN	45 954 millions de yens
POURCENTAGE DES VENTES DE PRODUITS ALIMENTAIRES	22 %
SUPERFICIE TOTALE DE MAGASIN	325 000 mètres carrés
NOMBRE TOTAL D'EMPLOYÉS	11 235
ANNÉE DE FONDATION	1904

Mitsukoshi est un des principaux magasins à rayons du Japon. En 1987, avec un chiffre d'affaires s'élevant à 643 milliards de yens, Mitsukoshi était le deuxième magasin à rayons du Japon.

Mitsukoshi est également le plus ancien magasin à rayons du Japon. Il a été fondé en 1673 par Takatoshi Mitsui, fondateur du groupe Mitsui, un des cinq plus importants groupes commerciaux au Japon. Mitsukoshi est un membre dirigeant de ce groupe.

Au total, Mitsukoshi compte 41 points de vente, dont des magasins à rayons, des boutiques de vêtements haut de gamme et des petits supermarchés où l'on vend des marchandises générales et des aliments.

Mitsukoshi est affiliée à 45 magasins à rayons dont Chiba Mitsukoshi, Nagoya Mitsukoshi, Niigata Mitsukoshi et les magasins à rayons Kintetsu d'Osaka. Ces relations prennent la forme d'investissements en capitaux, d'ententes d'approvisionnement ou d'achats en commun.

L'image enviable de Mitsukoshi au Japon a été sérieusement ternie il y a six ans par suite de transactions frauduleuses qui ont entraîné la démission de son président. La société semble se relever de ce dur coup porté à son image publique.

Mitsukoshi est active au niveau des ventes et des achats à l'étranger, ayant des magasins ou des bureaux dans dix villes à l'extérieur du pays. La société a également conclu divers accords de distribution exclusive avec des sociétés de renom telles que Tiffany's ou des couturiers comme Oscar de la Renta.

À l'instar d'autres magasins à rayons, Mitsukoshi s'intéresse aux activités culturelles, exploitant des musées, des cinémas et des centres culturels à l'intérieur de ses magasins.

TAKASHIMAYA LTÉE

Adresse : 4-1, Nihonbashi 2-chome, Chuo-ku, Tokyo 104 Téléphone : (03) 211-4111 Télex : J24810 TAKASTORE (Succursale de Tokyo)	
CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL (Exercice se terminant en février 1988)	557 119 millions de yens
NOMBRE TOTAL DE MAGASINS	6
EMPLACEMENT DES MAGASINS	Est du Japon : 1 Ouest du Japon : 5
MOYENNE DES VENTES ANNUELLES PAR MAGASIN	92 853 millions de yens
POURCENTAGE DES VENTES DE PRODUITS ALIMENTAIRES	18 %
SUPERFICIE TOTALE DE MAGASIN	117 000 mètres carrés
NOMBRE TOTAL D'EMPLOYÉS	7 633
ANNÉE DE FONDATION	1919

YOKOHAMA TAKASHIMAYA LTÉE

Adresse : 1-6-31, Minami-Saiwai, Nishi-ku, Yokohama 220, Japon Téléphone : 045-311-1251 Télex : J 24810 (Tokyo)	
CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL (Exercice se terminant en février 1988)	222 714 millions de yens
NOMBRE TOTAL DE MAGASINS	3
EMPLACEMENT DES MAGASINS	Est du Japon : 3
MOYENNE DES VENTES ANNUELLES PAR MAGASIN	69 624 millions de yens
POURCENTAGE DES VENTES DE PRODUITS ALIMENTAIRES	21 %
SUPERFICIE TOTALE DE MAGASIN	96 440 mètres carrés
NOMBRE TOTAL D'EMPLOYÉS	4 502 À temps plein : 3 348 À temps partiel : 1 154
ANNÉE DE FONDATION	1957

Takashimaya est maintenant le troisième magasin à rayons au Japon, après Seibu et Mitsukoshi. Taskashimaya exploite directement six magasins situés à Tokyo, Osaka, Kyoto, Sakai, Wakayama et Rakusai. La société exploite également douze autres magasins par le truchement de succursales ou de filiales. En 1971, Takashimaya a formé le groupe Takashimaya Hi-Land, un groupe de marchandisage qui dessert aujourd'hui 23 magasins à rayons. Le Groupe dessert notamment les magasins Keio, Maruei, Tamaya et Yanagen. En 1969, Takashimaya a ouvert le premier centre commercial de banlieue au Japon, à Tamagawa, à Tokyo. On trouve à ce centre le magasin à rayons de la société et divers magasins spécialisés.

La société Takashimaya a acquis une bonne réputation à titre de magasin à rayons traditionnel haut de gamme et s'est taillé une position enviable dans le marché des cadeaux. Récemment, la société a cherché à pousser la vente par catalogue. Takashimaya tente actuellement d'établir un nouveau système de distribution où le délai

de livraison serait de cinq jours. En 1987, la société a fait l'acquisition d'un réseau informatisé en direct entre un centre qui reçoit les commandes, un centre de distribution et des centres de livraison. La société Takashimaya publie six catalogues par année qu'elle distribue chaque fois à raison de 1,5 million de catalogues. La société reçoit environ quatre millions de commandes par année. Takashimaya est la plus grande entreprise de vente par catalogue au Japon, avec un chiffre d'affaires évalué à 54 milliards de yens pour l'exercice se terminant en février 1989.

Takashimaya a créé la « Takashimaya Pacific Inc. » avec laquelle elle se lance dans le design et la décoration intérieure à Hawaï. Takashimaya est très active sur le plan international. Elle s'est associée en 1956 au Groupe de magasins à rayons Intercontinental, qui compte des magasins haut de gamme partout dans le monde, et a ouvert des magasins spécialisés à New-York en 1958 et à Paris en 1973. Ses magasins sont réputés pour leurs collections de grands couturiers tels que Pierre Cardin et Thierry Mugler. Enfin, la société Takashimaya a ouvert en 1988 une agence de voyages, organisant des voyages outre-mer pour magasiner, visiter des musées, etc.

DAIMARU INC.

Adresse : 1-118, Shinsaibashi-suji, Minami-ku, Osaka 542, Japon Téléphone : 06-271-1231 Télex : J63379	
CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL (Exercice se terminant en février 1988)	519 462 millions de yens
NOMBRE TOTAL DE MAGASINS	8
EMPLACEMENT DES MAGASINS	Est du Japon : 2 Ouest du Japon : 6
MOYENNE DES VENTES ANNUELLES PAR MAGASIN	64 933 millions de yens
POURCENTAGE DES VENTES DE PRODUITS ALIMENTAIRES	18 %
SUPERFICIE TOTALE DE MAGASIN	198 000 mètres carrés
NOMBRE TOTAL D'EMPLOYÉS	7 422
ANNÉE DE FONDATION	1920

Fondée en 1717, Daimaru est la quatrième chaîne de magasins à rayons du Japon. La plupart des Daimaru sont situés dans la région de Kansai (Osaka), bien que l'un des huit magasins qu'elle exploite directement se trouve à Tokyo. La société Daimaru est également affiliée à d'autres grands magasins à rayons, dont Hakata Daimaru à Kyushu, et Kochi Daimaru à Shikoku.

En plus des rayons de produits alimentaires qui se trouvent dans ses grands magasins, Daimaru possède Daimaru Peacock, une chaîne de supermarchés comptant plus de 44 magasins. Ces établissements ont un cadre plus international que la plupart des autres supermarchés et, en général, offrent une plus grande gamme de produits importés et de meilleure qualité. Vingt-sept magasins de cette chaîne se trouvent à Tokyo et dans les environs de Tokyo. Les autres sont situés près d'Osaka.

En ouvrant un magasin à Hong Kong en 1960, Daimaru a été l'un des premiers grands magasins à faire du commerce à l'étranger. Depuis, la société a ouvert deux magasins en Thaïlande, deux en France et un à Singapour. La société compte aussi huit bureaux qui la représentent à l'étranger.

Daimaru a conclu des contrats de licence avec des couturiers étrangers, dont John Weite et Alain Lahlou. La société exploite aussi une chaîne de magasins spécialisés en vêtements pour dames et une chaîne de magasins de meubles.

Depuis 1970, Daimaru s'est associée à Matsuzakaya, le plus important magasin de Nagoya, à des fins d'achats en commun. De façon générale, ces deux sociétés n'entretiennent pas de liens aussi étroits.

MARUI LTÉE

Adresse : 3-8-18, Nakano, Nakano-ku, Tokyo 164, Japon Téléphone : 03-384-0101 Télex : 02322742 MARUI J	
CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL (Exercice se terminant en janvier 1988)	444 098 millions de yens
NOMBRE TOTAL DE MAGASINS	32
EMPLACEMENT DES MAGASINS	Est du Japon : 32
MOYENNE DES VENTES ANNUELLES PAR MAGASIN	13 878 millions de yens
POURCENTAGE DES VENTES DE PRODUITS ALIMENTAIRES	0 %
SUPERFICIE TOTALE DE MAGASIN	301 000 mètres carrés
NOMBRE TOTAL D'EMPLOYÉS	8 026
ANNÉE DE FONDATION	1937

Marui est la cinquième plus importante chaîne de magasins à rayons au Japon. Elle se distingue par son volume élevé de ventes à tempérament. En 1987, le nombre de titulaires de la carte de la chaîne, la « carte rouge », s'élevait à 9 millions.

La rentabilité de l'entreprise est exceptionnellement élevée si on la compare à d'autres magasins à rayons. Pour l'exercice terminé en janvier 1988, la société déclarait des profits sur ses ventes après impôts de 4,1 %, le plus haut taux de rentabilité entre les dix plus grands magasins à rayons du Japon. L'entreprise doit en partie son succès à la politique de la maison qui vise le marché des jeunes adultes à qui elle offre des articles très dispendieux.

Marui a aussi mis en œuvre une politique en vertu de laquelle elle construit de nouveaux magasins à rayons, rénove les magasins existants et ferme les magasins non rentables. Seize magasins à rayons Marui ont fait rapport de ventes annuelles de 10 milliards de yens et plus pour 1988. La moyenne du chiffre d'affaires annuel par magasin est d'environ 14 millions de yens.

Afin de favoriser le moral du personnel et de bien motiver son personnel de ventes, la société a mis de l'avant un système de « gérants subalternes ». Les personnes choisies comme gérants subalternes sont affectées à un des 814 points de ventes de la société où elles sont investies du pouvoir de faire l'assortiment des produits, et de la responsabilité de contrôler l'inventaire et le roulement de la marchandise.

Marui accorde beaucoup d'importance aux accessoires tels que les chaussures, les sacs, le papier à lettre, les bijoux et les cosmétiques ainsi que sur les vêtements de designer et de marques célèbres. Il s'est est suivi une augmentation des ventes au comptant.

La part des ventes à tempérament a diminué jusqu'à 60 % du total des ventes de la société, quoique le volume des ventes à tempérament a augmenté. Environ 50 % de la clientèle de Marui est âgée de moins de 24 ans.

Marui envisage ouvrir un premier magasin à rayons à Osaka vers 1991.

En se servant de sa base de données de son système de paiement à tempéraments, la société tente de consolider ses ventes par catalogue. Le taux de réponse aux sollicitations par la poste est d'environ 20 %, ce qui est de beaucoup supérieur au taux 5 % auquel aspirent les autres entreprises du commerce de vente au détail.

Marui cherche à donner de l'expansion à son service de crédit, d'agence de voyages et de courtage immobilier. Les services de crédit ont récemment connu une croissance très rapide, devenant un des principaux secteurs d'activité de l'entreprise. La société offre des prêts généraux ainsi que des prêts spécialisés tels que des prêts pour les billets d'avion achetés de sociétés aériennes du pays, pour des rénovations immobilières, des écoles de conduites et l'achat de voitures neuves ou d'occasion.

MATSUZAKAYA LTÉE

Adresse : 3-16-1, Sakae, Naka-ku, Nagoya 460, Japon Téléphone : 042-241-1111 Télex : 04422419 MATSUN J	
CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL (Exercice se terminant en février 1988)	386 016 millions de yens
NOMBRE TOTAL DE MAGASINS	9
EMPLACEMENT DES MAGASINS	Est du Japon : 2 Ouest du Japon : 7
MOYENNE DES VENTES ANNUELLES PAR MAGASIN	42 891 millions de yens
POURCENTAGE DES VENTES DE PRODUITS ALIMENTAIRES	20 %
SUPERFICIE TOTALE DE MAGASIN	228 000 mètres carrés
NOMBRE TOTAL D'EMPLOYÉS	7 056
ANNÉE DE FONDATION	1910

Matsuzakaya, la sixième plus importante chaîne de magasins à rayons au Japon, était à ses débuts, en 1611, un magasin de kimonos à Nagoya. La société compte maintenant douze magasins au Japon, incluant les magasins exploités par ses sociétés affiliées.

Matsuzakaya exploite également quatre magasins outremer, notamment à Hong Kong, à Paris et à Los Angeles. La société s'est jointe au groupe AMC (Associated Merchandising Corporation) des États-Unis en 1972 pour l'achat en commun de produits étrangers. AMC s'est avéré un atout pour Matsuzakaya en constituant une source constante d'approvisionnement en articles d'importation et en informations sur les produits commercialisés à l'étranger aux fins du marché japonais. La société est également affiliée à la société Quelle de l'Allemagne de l'Ouest dans le domaine des ventes par catalogue au Japon.

Matsuzakaya exploite avec Quelle une service international d'achats par catalogue. Les commandes sont directement livrées aux consommateurs par Quelle. De plus, Matsuzakaya a ouvert des boutiques où elle vend des articles de Quelle.

Matsuzakaya a acquis une certaine compétence dans la vente en gros à distance, par ordinateur personnel.

La société compte 40 filiales dans divers secteurs, dont Matsuzakaya Store, qui exploite une chaîne de supermarchés dans les régions de Chubu et de Kanto.

ISETAN LTÉE

Adresse : 3-14-1, Shinjuku, Shinjuhu-ku, Tokyo 160, Japon Téléphone : 03-352-1111 Télex : J23410, J32173	
CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL (Exercice se terminant en novembre 1988)	320 579 millions de yens
NOMBRE TOTAL DE MAGASINS	5
EMPLACEMENT DES MAGASINS	Est du Japon : 5
MOYENNE DES VENTES ANNUELLES PAR MAGASIN	64 116 millions de yens
POURCENTAGE DES VENTES DE PRODUITS ALIMENTAIRES	18 %
SUPERFICIE TOTALE DE MAGASIN	138 000 mètres carrés
NOMBRE TOTAL D'EMPLOYÉS	5 968
ANNÉE DE FONDATION	1930

Isetan est un magasin à rayons de longue tradition de Tokyo qui a commencé dans la vente de kimonos en 1886. La société s'est associée en 1973 à 32 magasins à rayons de la région pour former un groupe d'achats en commun, l'ADO (All Nippon Department Stores Development Organization). Les principaux membres de l'ADO sont les magasins à rayons Matsuya, Marui Imai, Fujisaki, Tobu, Meitetsu, Hanshin, Tenmaya, Iwataya, Tokiha et Yamagataya. ADO est dirigé par Isetan qui est réputé pour ses compétences en marchandisage, plus particulièrement dans les domaines du vêtement et des accessoires de mode.

En 1986, Isetan a informatisé son système reliant ses magasins au système POS (point de vente).

Isetan, qui est la septième plus grande chaîne de magasins à rayons au Japon, compte cinq magasins dans la région métropolitaine de Tokyo. La société envisage ouvrir un magasin à Kanawaga en 1990, lequel sera le plus vaste de tous ses magasins. Isetan a aussi trois magasins à rayons affiliés, à savoir Shizuoka Isetan, Iwataya Isetan et Niigata Isetan.

Isetan tente de consolider son système de ventes par catalogue. La société prévoit d'ici deux à trois ans porter le tirage de ses catalogues de 200 000 qu'il est actuellement à 500 000. Le volume de ventes annuelles par catalogue a été de 5 milliards de yens pour l'exercice terminé en novembre 1987 et la société s'attend à atteindre les 10 milliards de yens d'ici 1991.

Les ventes de vêtements représentent 50 % du total des ventes, ce qui est environ 10 % de plus que les grands magasins à rayons tels que Mitsukoshi et Takashimaya.

En 1988, Isetan a instauré le système de commande électronique, le système EOS, qui permet d'acheminer les commandes d'aliments transformés à ses magasins Shinjuku et Matsudo.

TOKYU INC.

Adresse : 2-24-1, Dogensaka, Shibuya-ku, Tokyo 150, Japon Téléphone : 03-477-3111 Télex : 02423688 TOKYUD J	
CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL (Exercice se terminant en janvier 1985)	297 781 millions de yens
NOMBRE TOTAL DE MAGASINS	10
EMPLACEMENT DES MAGASINS	Est du Japon : 10
MOYENNE DES VENTES ANNUELLES PAR MAGASIN	29 788 millions de yens
POURCENTAGE DES VENTES DE PRODUITS ALIMENTAIRES	23 %
SUPERFICIE TOTALE DE MAGASIN	159 331 mètres carrés
NOMBRE TOTAL D'EMPLOYÉS	4 445
ANNÉE DE FONDATION	1919

Tokyu Department Store Inc, la huitième plus grande chaîne de magasins à rayons au Japon, se trouve dans une situation semblable à celle de la chaîne Seibu. En effet, à l'instar de Seibu, Tokyu fait partie du groupe Tokyu formé par la société de chemins de fer Tokyu, une des principales lignes de train de banlieue du Japon. Tout comme Seibu, Tokyu est une entreprise familiale appartenant à la famille Gotoh. Cette société est relativement jeune n'existant que depuis une cinquantaine d'années.

Le groupe Tokyu œuvre dans quatre secteurs :
- le transport : trains et autobus;
- le développement immobilier;
- la distribution et la vente au détail;
- les loisirs.

Ici encore, la société ressemble à Seibu quant à son champ d'activités. Le groupe de la distribution et de la vente au détail compte environ 75 sociétés, dont des magasins à rayons, des supermarchés, des restaurants, des magasins de mets-minute, etc. Une description de la chaîne de supermarchés Tokyu Stores est donnée dans la section traitant des supermarchés.

La plupart des magasins Tokyu sont situés dans la région de Tokyo. Tokyu Department Store ne jouit toutefois pas d'une aussi bonne réputation de qualité que les magasins Seibu ou Takashimaya. En général, Tokyu offre des produits moins chers que Seibu et Takashimaya et, à ce point de vue, ses magasins ressemblent plus aux « grands magasins des lignes de chemin de fer » du Japon.

Tokyu Department Store exploite quatre magasins à Hawaï, ainsi qu'un magasin à Hong Kong, à Singapour et en Thaïlande. La société est réputée pour ses produits alimentaires et le rayon d'alimentation de son magasin de Toyokoten, situé à proximité de la gare de Shibuya, est bien connu.

HANKYU INC.

Adresse : 8-7, Kakuta-cho, Kita-ku, Osaka 530, Japon Téléphone : 06-361-1381 Télex : J63957, J64128	
CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL (Exercice se terminant en mars 1988)	296 001 millions de yens
NOMBRE TOTAL DE MAGASINS	8
EMPLACEMENT DES MAGASINS	Est du Japon : 3 Ouest du Japon : 5
MOYENNE DES VENTES ANNUELLES PAR MAGASIN	37 000 millions de yens
POURCENTAGE DES VENTES DE PRODUITS ALIMENTAIRES	26 %
SUPERFICIE TOTALE DE MAGASIN	125 000 mètres carrés
NOMBRE TOTAL D'EMPLOYÉS	5 216
ANNÉE DE FONDATION	1947

Hankyu est la neuvième plus grande chaîne de magasins à rayons de lignes de chemin de fer au Japon. Tout comme Seibu, Hankyu est un groupe industriel important qui compte 230 sociétés principalement actives dans les secteurs suivants :

- chemins de fer;
- courtage immobilier;
- hôtellerie;
- commerce et détail, dont les magasins à rayons et les supermarchés.

Le premier magasin Hankyu a été ouvert à Osaka en 1929. Des huit magasins qu'exploite Hankyu, cinq se trouvent à Osaka et trois à Tokyo. Le dernier magasin de la chaîne a été ouvert en octobre 1984 à Ginza. Les magasins Hankyu sont reconnus pour leur grande rentabilité, mais n'offrent pas la même qualité (ou gamme de prix) qu'un Takashimaya ou un Seibu.

Dans le secteur du commerce et de la vente au détail, le groupe Hankyu possède deux chaînes de moyenne ampleur de supermarchés, le Hankyu Oasis et la Hankyu Kyoei Bussan. Hankyu est également propriétaire d'une petite chaîne de supermarchés, la Shintetsu Enterprises.

Hankyo a des bureaux d'affaires à Los Angeles, à Londres, à Paris et à Milan. La société entretient également des relations d'affaires avec des entreprises de haute couture comme madame Gres, Jean-Claude de Luca de France, ou Harvard Kaspar, des États-Unis.

SOGO LTÉE

Adresse : 1-38, Shinsaibashi-suji, Minami-ku, Osaka 542, Japon Téléphone : 06-281-3111 Télex : 05228663	
CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL (Exercice se terminant en février 1988)	245 338 millions de yens
NOMBRE TOTAL DE MAGASINS	3
EMPLACEMENT DES MAGASINS	Est du Japon : 1 Ouest du Japon : 2
MOYENNE DES VENTES ANNUELLES PAR MAGASIN	81 779 millions de yens
POURCENTAGE DES VENTES DE PRODUITS ALIMENTAIRES	20 %
SUPERFICIE TOTALE DE MAGASIN	96 000 mètres carrés
NOMBRE TOTAL D'EMPLOYÉS	3 257
ANNÉE DE FONDATION	1919

Sogo est la dixième plus grande chaîne de magasins à rayons. Fondée en 1830, à la fin de la période féodale, Sogo exploite directement trois magasins, un à Osaka, un à Kobe et un à Tokyo. Elle est également affiliée à onze autres grands magasins, notamment Yokohama Sogo Department Store ouvert au cours de l'automne de 1985, qui est le plus grand magasin à rayons du Japon, avec une superficie de magasin d'environ 68 400 mètres carrés.

Sogo exploite deux magasins à l'étranger, un à Hong Kong et l'autre en Thaïlande. La Société est également représentée à Rome et dans d'autres villes italiennes. Elle entretient en outre des rapports commerciaux avec les couturiers Paco Rabanne et Jean-Claude Muller de France ainsi qu'avec Angelo Litrico d'Italie.

La société Sogo connaît une expansion rapide. Elle a ouvert quatre magasins affiliés (dont un à Singapour) en 1986 et un autre magasin en 1987. La société est en train d'agrandir ses magasins actuels.

Sogo ne jouit pas du même prestige que Takashimaya ou Seibu. La société cherche plutôt à agrandir son marché de banlieue et à axer davantage sa politique sur des produits de bonne qualité à prix raisonnable.

KINTETSU LTÉE

Adresse : 1-1-43, Abeno-suji, Abeno-ku, Osaka 545, Japon Téléphone : 06-624-1111 Télex : 05267711 KIN J	
CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL (Exercice se terminant en février 1988)	214 820 millions de yens
NOMBRE TOTAL DE MAGASINS	7
EMPLACEMENT DES MAGASINS	Est du Japon : 1 Ouest du Japon : 6
MOYENNE DES VENTES ANNUELLES PAR MAGASIN	30 689 millions de yens
POURCENTAGE DES VENTES DE PRODUITS ALIMENTAIRES	27 %
SUPERFICIE TOTALE DE MAGASIN	124 964 mètres carrés
NOMBRE TOTAL D'EMPLOYÉS	4 197 À temps plein : 3 723 À temps partiel : 474
ANNÉE DE FONDATION	1972

Kintetsu est la douzième chaîne de grands magasins. Elle fait partie de la catégorie des « grands magasins des lignes de chemin de fer » et a été établie à Osaka par la Kinki Nippon Railway. Sur les sept magasins qu'elle exploite, six se trouvent dans la région d'Osaka-Kyoto et un seul à Tokyo.

Kintetsu est typique de la plupart des grands magasins des lignes de chemin de fer, l'entreprise ayant été fondée à une époque relativement récente. Ses magasins sont plutôt des établissements de deuxième classe, offrant des articles à des prix plus raisonnables. Kintetsu est affiliée à quatre autres grands magasins et à deux chaînes de supermarchés. La plus grande des deux chaînes de supermarchés, Kinsho Stores, est une chaîne de taille moyenne qui comprend 40 magasins, tous situés dans la région de Nara-Osaka. Le chiffre d'affaires de Kinsho Stores a atteint environ 55 milliards de yens en 1987.

5. Les hypermarchés et les supermarchés

La section qui suit se divise en deux parties. La première donne un classement par chiffre d'affaires des quatre-vingt-cinq plus grandes sociétés d'hypermarchés et de supermarchés, ainsi que des renseignements de base sur celles-ci : comme l'adresse, le nombre de magasins, le chiffre d'affaires en 1987 et le pourcentage des ventes de produits alimentaires et de boissons par rapport au volume total des ventes.

La deuxième partie donne un aperçu plus détaillé des dix-sept premières chaînes d'hypermarchés et de supermarchés. Cette partie donne une description de leurs principales caractéristiques et activités et un tableau sur les données de base relatives à l'exploitation.

Nom de la société	Ventes pour 1987		
	Total (en millions de yens)	Aliments et boissons (%)	Nombre de magasins
Daiei Inc. 1-1, Minatojima Nakamachi 4-chome, Chuo-ku Kobe 650 Téléphone : (078) 302-5001 Télex : 05238422 DAIEI J	1 550 314	29	177
Société Ito-Yokado Ltée 1-4, Shiba-Koen 4-chome Minato-ku, Tokyo 105 Téléphone : (03) 459-2111 Télex : J23841 (YORK SHOP)	1 055 005	32	131
Société Seiyu Ltée Sunshine 60 1-1, Higashi-Ikebukuro 3-chome, Toshima-ku Tokyo 170 Téléphone : (03) 989-5111 Télex : 02723113 SEIYUF J	866 307	36	175
Société Jusco Ltée 1-1, Kandanishiki-cho Chiyoda-ku, Tokyo 101 Téléphone : (03) 296-7871 Télex : 2225528 JUSCO J	807 007	27	163
Société Nichii Ltée 14, Awaji-machi 2-chome Higashi-ku, Osaka 541 Téléphone : (06) 203-5075 Télex : 05228685	568 508	29	159
Société Uny Ltée 45-19, Meieki 2-chome Nakamura-ku, Nagoya 450 Téléphone : (052) 562-1411 Télex : J 59797 UNYHONSH	451 123	40	114
Société Izumiya Ltée 4-4, Hanazono-Minami 1-chome, Nishinari-ku Osaka 557 Téléphone : (06) 657-3355 Télex : 05267627	319 436	44	76
Société Nagasakiya Ltée 7-14, Higashi-Nihonbashi 3-chome, Chuo-ku Tokyo 103 Téléphone : (03) 661-3810 Télex : 02523838	311 177	0	114

Nom de la société	Ventes pour 1987		
	Total (en millions de yens)	Aliments et boissons (%)	Nombre de magasins
Société Kotobukiya Ltée 3-3, Honjo 3-chome Kumamoto 860 Téléphone : (096) 366-3111 Télex : 0762522 KIBKY J	279 653	36	148
Société Chujitsuya Ltée 1-11, Kabuki-cho 2-chome Shinjuku-ku, Tokyo 160 Téléphone : (03) 209-2121 Télex : 02325021 CHUJIT J	279 180	21	77
Maruetsu Inc. 17-2, Ageba-cho Shinjuku-ku, Tokyo 162 Téléphone : (03) 268-6111 Télex : 02323259 MARUET J	250 006	77	173
Société Uneed Ltée 7-20, Gion-Machi Hakata-ku, Fukuoka 812 Téléphone : (092) 261-3111	246 259	34	60
Chaîne Tokyu Ltée 21-12, Kami-Meguro 1-chome, Meguro-ku Tokyo 153 Téléphone : (03) 711-0109 Télex : 246-6408 TKYUSC J	222 400	63	83
K.K. Marushoku 3-33, Kanda 1-chome Kokura Kita-ku Kitakyushu, Fukuoka 803 Téléphone : (093) 591-3711	199 565	49	176
Société Heiwado Ltée 31, Koizumi-cho, Hikone Préf. de Shiga 522 Téléphone : (0749) 23-3111	150 704	47	52
Société Life Stores Ltée 7-44, Nishi-Mikuni 1-chome Yodogawa-ku, Osaka 532 Téléphone : (06) 395-1951	128 015	71	69
Société Inageya Ltée 3-1, Nangai 5-chome Higashi-Yamato, Tokyo 189 Téléphone : (0425) 61-4551 Télex : 02842389	118 567	85	98

Nom de la société	Ventes pour 1987		
	Total (en millions de yens)	Aliments et boissons (%)	Nombre de magasins
K.K. Fuji 2-1, Miyanishi 1-chome Matsuyama Préf. d'Ehime 790 Téléphone : (0899) 22-8111	118 071	50	37
K.K. Iseya 510, Gedoji-machi, Isezaki Préf. de Gunma 370-01 Téléphone : (0270) 32-2111	106 419	21	117
Société Yaohan Department Store Ltée 1256-1, Okanomiya Aza Terabayashi, Numazu 410 Téléphone : (0559) 23-3234 Télex : 03922433	105 190	38	90
Société York-Benimaru Ltée 18-2, Asahi 2-chome Koriyama Préf. de Fukushima 963 Téléphone : (0249) 24-3111	105 057	55	50
Société Tobu Store Ltée 4-10, Nishi-Ikebukuro 1-chome, Toshima-ku Tokyo 171 Téléphone : (03) 986-0151	103 186	55	52
Daimaru Peacock Inc. 32-10, Asagaya Minami 1-chome, Suginami-ku Tokyo 166 Téléphone : (03) 315-1531	102 715	n.d.	45
Société Izumi Ltée 22, Kyobashi-cho 2-chome Minami-ku Préf. d'Hiroshima 730 Téléphone : (082) 264-3211	99 668	41	32
Société Sotetsu Rosen Ltée 3-23, Kitasaiwai 1-chome Nishi-ku, Yokohama 220 Téléphone : (045) 311-1721	90 569	78	85
Société Kasumi Ltée 3, Higashi-nakanuki-cho 1-chome, Tsuchiura Préf. d'Ibaraki 300 Téléphone : (0298) 31-0031 Télex : 3652513 KASUMI J	88 770	74	89

Nom de la société	Ventes pour 1987		
	Total (en millions de yens)	Aliments et boissons (%)	Nombre de magasins
Hokkaido Daiei K.K. Éd. Daikyo, 422-5 Minami 8-jo Nishi 4-chome, Chuoku Sapporo 064 Téléphone : (011) 512-1161	88 672	n.d.	12
Société Jujiya Ltée 20-11, Yanagibashi 2-chome Taito-ku, Tokyo 111 Téléphone : (03) 864-2511	81 763	17	23
Chaîne K.K. Endo 1-1, Chuo 4-chome, Sendai Préf. de Miyagi 980 Téléphone : (0222) 66-2211	77 260	47	46
K.K. Marunaka 1001, Emza-cho, Takamatsu Préf. de Kagawa 761 Téléphone : (0878) 86-8686	74 492	69	70
K.K. Kinkado 11-8, Minami-Ikebukuro 3-chome, Toshima-ku Tokyo 171 Téléphone : (03) 984-6261	73 687	27	18
K.K. Chain Store Okuwa 185-3, Nakajima Wakayama 641 Téléphone : (0734) 25-2481	72 888	54	52
Summit Stores Inc. 1-1, Hamadayama 4-chome Suginami-ku, Tokyo 168 Téléphone : (03) 318-5020	68 658	79	50
K.K. Taiyo 14, Minami-Sakae 3-chome Kagoshima 891-01 Téléphone : (0992) 68-1211	66 913	67	57
Ogiya Jusco K.K. 6-3, Chuo 4-chome Chiba 280 Téléphone : (0472) 25-2181	66 616	36	18
K.K. Marukyo Store 285-1, Yamada, Onojo Préf. de Fukuoka 816 Téléphone : (092) 501-5221	63 315	90	65
Société Yamanaka Ltée 15-31, Aoi 3-chome Higashi-ku, Nagoya 461 Téléphone : (052) 937-9300	62 679	89	54

Nom de la société	Ventes pour 1987		
	Total (en millions de yens)	Aliments et boissons (%)	Nombre de magasins
K.K. Tenmaya Store 13-16, Okamachi Okayama 700 Téléphone : (0862) 32-7265	57 155	n.d.	18
Société York Mart Ltée 38 Éd. Mori 1-4, Shibakoen 4-chome Minato-ku, Tokyo 102 Téléphone : (03) 459-3611	56 362	77	40
K.K. Meitetsu Store 6-34, Jingu 3-chome Atsuta-ku, Nagoya 456 Téléphone : (052) 683-2411	55 878	64	36
K.K. Kinsho Store 22, Hidain-cho 8-chome Tennoji-ku, Osaka 543 Téléphone : (06) 779-1441	55 437	68	43
Centre commercial K.K. Olympic 3-3, Nishiki-cho 2-chome Tachikawa, Tokyo 190 Téléphone : (0425) 25-2631	53 798	35	23
Société Nikonikodo Ltée 9-27, Minami-Kumamoto 1-chome, Kumamoto 860 Téléphone : (096) 371-2525	53 406	49	43
Odakyu OX 1-31, Kyodo 2-chome Setagaya-ku, Tokyo 156 Téléphone : (03) 425-1111	53 192	n.d.	36
K.K. Tawaraya 3-2, Sunaga 2-chome Kawasaki-ku, Kawasaki Préf. de Kanagawa 210 Téléphone : (044) 244-7561	52 451	14	21
Matsuden Shoji K.K. 3876-1, Oaza Chikuma Matsumoto Préf. de Nagano 390 Téléphone : (0263) 26-9650	52 448	90	48
Société Marukyu Ltée 2-3, Hachioji 1-chome, Hofu Préf. de Yamaguchi 747 Téléphone : (0835) 38-1511	52 217	61	85

Nom de la société	Ventes pour 1987		
	Total (en millions de yens)	Aliments et boissons (%)	Nombre de magasins
K.K. Torisen 700, Shimohayakawata Tatebayashi Préf. de Gunma 374 Téléphone : (0276) 74-2121	51 683	69	50
Hello Foods K.K. 1, Kamasato 3-chome Midori-ku, Nagoya 458 Téléphone : (052) 892-1001	50 851	n.d.	40
Société Fuji Super Ltée Éd. Yokohama New Port 194, Yamashita-cho Naka-ku, Yokohama 231 Téléphone : (045) 641-1000	50 126	78	30
K.K. Grand Tamakoshi 2-18, Wakatake 3-chome Ichinomiya Préf. d'Aichi 491 Téléphone : (0586) 76-2121	50 060	29	16
K.K. Livre Keise 29-5, Takasago 8-chome Katsushika-ku, Tokyo 125 Téléphone : (03) 608-2851	49 158	78	30
K.K. Iida Hyakkaten 27-1, Takinokawa 7-chome Kita-ku, Tokyo 114 Téléphone : (03) 916-1111	48 755	70	32
K.K. Yoshizuya 8, Fujinami-cho 2-chome Tsushima, Préf. d'Aichi 496 Téléphone : (0567) 28-0111	45 418	n.d.	12
Nagano Seiyu Ltée 37, Mikuri-Ishigawara Kawanakajima-machi Nagano 381-22 Téléphone : (0262) 85-2205	44 849	71	39
K.K. Sunny 20-35, Hirao 2-chome Chuo-ku, Fukuoka 810 Téléphone : (092) 521-7961	44 078	81	54
Société U Store Ltée 2267-1, Aza Ghoiri Oaza Shobata, Saori-cho Ama-gun, Préf. d'Aichi 450 Téléphone : (0567) 26-1321	44 073	68	18

Nom de la société	Ventes pour 1987		
	Total (en millions de yens)	Aliments et boissons (%)	Nombre de magasins
Matsumoto Kiyoshi K.K. 44, Kogane, Matsudo Préf. de Chiba 270 Téléphone : (0473) 44-5111	43 172	61	172
Kyushu Nichii Éd. Matsumura 8-31, Amiba-cho Hakata-ku, Fukuoka 812 Téléphone : (092) 272-1061	42 671	29	21
Shinshu Jusco K.K. 330-1, Aza Nakata Takamiya, Matsumoto Préf. de Nagano 390 Téléphone : (0263) 27-3811	42 335	34	22
K.K. Ab.Ab. Akafudado 8-4, Ueno 4-chome Taito-ku, Tokyo 110 Téléphone : (03) 833-5131	41 500	44	35
K.K. Lion-do 36, Nakamachi 4-chome Aizu-Wakamatsu Préf. de Fukushima 965 Téléphone : (0242) 26-2111	39 600	57	28
K.K. Sunny Mart 1-37, Chiyori-cho 2-chome Kochi 780 Téléphone : (0888) 84-6633	39 517	72	56
K.K. Yamazawa 8-9, Akoya-machi 3-chome Yamagata 990 Téléphone : (0236) 31-2211	39 331	78	37
K.K. Keihin Hyakkaten 26-26, Takanawa 3-chome Minato-ku, Tokyo 108 Téléphone : (03) 762-6161	39 113	70	21
Shimamura 19-4, Miyahara-cho, Omiya Saitama 330 Téléphone : (0486) 52-2111	38 581	n.d.	96
K.K. Sakac 27, Hirano-cho 2-chome Higashi-ku, Osaka 541 Téléphone : (06) 768-1171	38 493	n.d.	22
K.K. Kameya Minami 17, Oroshimachi 2-chome Aomori 030-01 Téléphone : (0177) 38-1141	36 391	59	41

Nom de la société	Ventes pour 1987		
	Total (en millions de yens)	Aliments et boissons (%)	Nombre de magasins
Isejin Jusco 2695-115, Tomobemachi Oshozuka Nishi Ibaraki-gun Ibaraki 309-17 Téléphone : (02967) 7-0693	36 390	n.d.	25
K.K. Maruya 243, Kobuchi, Kasukabe Préf. de Saitama 344 Téléphone : (0487) 61-0808	36 175	94	38
K.K. Ogino 16-4, Marunouchi 1-chome, Kofu Préf. de Yamanashi 400 Téléphone : (0552) 37-7111	36 126	45	23
K.K. Simizu Food Centre 55-1, Horinouchi Niigata 950 Téléphone : (0252) 41-7241	35 606	92	127
K.K. Seifu 3-1, Aoto 5-chome Katsushika-ku, Tokyo 125 Téléphone : (03) 603-9161	35 000	n.d.	44
K.K. Sato 15, Aza Kamikonya Fukuchiyama, Kyoto 620 Téléphone : (0773) 22-0001	34 732	43	16
K.K. Shimizuya 41, Toriimatsu-cho 5-chome, Kasugai Préf. d'Aichi 480 Téléphone : (0568) 81-6151	34 576	22	5
K.K. Kyoei 8, Itsukicho 3-chome Tokushima 770 Téléphone : (0886) 22-0187	34 545	53	74
Société Hokuriku Jusco Ltée 5-25, Kata-machi 1-chome Kanazawa Préf. d'Ishikawa 920 Téléphone : (0762) 31-1111	34 262	30	16
Société Santoku Ltée 1-1, Okubo 2-chome Shinjuku-ku, Tokyo 160 Téléphone : (03) 203-3111	33 903	88	19

Nom de la société	Ventes pour 1987		
	Total (en millions de yens)	Aliments et boissons (%)	Nombre de magasins
Sanwa 15-22, Morino 3-chome Machida, Tokyo 194 Téléphone : (0427) 25-1518	33 831	91	23
K.K. Keio Store 283-2, Sekido, Tama Tokyo 206 Téléphone : (0423) 73-2821	33 778	77	21
Société Matsuzakaya Store Ltée 12, Suemori-dori 5-chome Chikusa-ku, Nagoya 464 Téléphone : (052) 762-7211	33 588	74	23
K.K. Hokkaido Nichii 21, Hondori, Shiroishi-ku Sapporo 003 Téléphone : (011) 865-4121	32 462	41	6
K.K. Fujikoshi 9, Taira Aza Tamachi Iwaki Préf. de Fukushima 970 Téléphone : (0246) 23-1234	32 100	53	22
Sundore Éd. Wako 14 12-8, Hisamatsu-cho Nihonbashi, Chuo-ku Tokyo 103 Téléphone : (03) 661-6371	31 753	n.d.	32
K.K. Maruwa 10-10, Otemachi Kokura, Kita-ku Kita Kyushu, Fukuoka 803 Téléphone : (093) 582-7100	31 251	n.d.	25

DAIEI INC.

Adresse : 4-1-1, Minatojima Nakamachi, Chuo-ku, Kobe 650, Japon Téléphone : 078-302-5001 Télex : 05238422 DAIEI J, 0242-8314 DATKY J	
CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL (Exercice se terminant en février 1988)	1 550 314 millions de yens
NOMBRE TOTAL DE MAGASINS	177
EMPLACEMENT DES MAGASINS	Toutes les régions
MOYENNE DES VENTES ANNUELLES PAR MAGASIN	8 759 millions de yens
POURCENTAGE DES VENTES DE PRODUITS ALIMENTAIRES	29 %
SUPERFICIE TOTALE DE MAGASIN	1 264 000 mètres carrés
NOMBRE TOTAL D'EMPLOYÉS	15 544
ANNÉE DE FONDATION	1957

Depuis l'ouverture de son premier magasin en 1957, Daiei (prononcer daille-eille) est devenue le plus gros détaillant et la plus grande chaîne d'hypermarchés et de supermarchés au Japon. Deux raisons expliquent cette croissance phénoménale : 1) l'expansion rapide de ses propres magasins et 2) la création de liens commerciaux et financiers avec d'autres chaînes de supermarchés de taille moyenne. Daiei dirige aujourd'hui 177 magasins dont plus de la moitié se trouvent dans la région d'Osaka et près d'un quart aux environs de Tokyo. Ensemble, ces magasins ont atteint un chiffre d'affaires de 1,5 trillion de yens en 1987.

En outre, les supermarchés affiliés à Daiei, qui est ordinairement le plus gros actionnaire, comprennent Uneed, la douzième chaîne en importance au Japon et Maruetsu, la onzième chaîne en importance. Ces deux chaînes sont décrites plus en détail un peu plus loin.

Daiei est également reliée à Lawson, la deuxième chaîne de dépanneurs, qui est décrite plus en détail dans la section sur les dépanneurs.

Daiei a conclu des ententes avec des compagnies étrangères, dont Au Printemps (France), Lawson Milk (É.-U.), Swift (É.-U.), J.C. Penney (É.-U.), K Mart (É.-U.) et Kroger (É.-U.). Daiei a dix bureaux à l'étranger dont un à Los Angeles, un à New York et un à Seattle. Daiei est associée en outre à des chaînes japonaises de restaurants ou de restaurants à service rapide comme Wendy's, Captain Cook, et Volks pour ne nommer que celles-là.

Daiei s'est jointe à CGC du Japon, une chaîne indépendante de 170 supermarchés, et a mis sur pied Glory Inc., une société mixte de marchandisage et d'achat. Elle a aussi créé une nouvelle firme, Advanced Department Stores of Japan (ADS), avec d'autres magasins tels Jujiya, Au Printemps et Maruko pour effectuer ensemble des achats.

Daiei tente de donner de l'expansion à ses ventes par catalogue et à ses ventes par porte à porte. Daiei a réorganisé en 1988 la société Riccar, entreprise manufacturière de machines à coudre en faillite, en une filiale appartenant exclusivement à Printemps Ginza afin de consolider ses ventes par catalogue. En 1987, Daiei a vendu plus de 800 000 exemplaires de son catalogue « Home World ». Daiei a également transféré ses opérations de ventes porte à porte à la société Riccar en 1988.

Pour l'aider à vaincre la concurrence féroce que lui livrent au Japon d'autres chaînes de magasins et son taux de rentabilité relativement peu élevé, DAIE a demandé à tous ses magasins d'utiliser les systèmes de point de vente (système POS) et de mousser l'utilisation des cartes de crédit OMC qui sont acceptées par les 5 000 magasins du groupe. Le nouveau système POS de commande et de réception de la marchandise semble avoir largement contribué à améliorer le ratio ventes annuelles-stocks. Émise depuis 1983, la carte de crédit OMC a atteint le cap des 3 millions de détenteurs en 1987. Cette carte est offerte en collaboration avec VISA et MasterCard.

ITO-YOKADO LTÉE

Adresse : 4-1-4, Shiba-Koen, Minato-ku, Tokyo 105, Japon Téléphone : 03-459-2111 Télex : J23841 YORK SHOP	
CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL (Exercice se terminant en février 1988)	1 055 005 millions de yens
NOMBRE TOTAL DE MAGASINS	131
EMPLACEMENT DES MAGASINS	Est du Japon : 131
MOYENNE DES VENTES ANNUELLES PAR MAGASIN	8 053 millions de yens
POURCENTAGE DES VENTES DE PRODUITS ALIMENTAIRES	32 %
SUPERFICIE TOTALE DE MAGASIN	970 000 mètres carrés
NOMBRE TOTAL D'EMPLOYÉS	12 342
ANNÉE DE FONDATION	1913

Ito-Yokado est la deuxième plus grande chaîne d'hypermarchés et de supermarchés au Japon et, comme Daiei, elle est un conglomérat de vente au détail réunissant plusieurs autres chaînes de supermarchés affiliées, des dépanneurs, des restaurants, des compagnies de transformation de produits alimentaires, des grands magasins, etc.

Ito-Yokado exploite directement 131 magasins. En outre, les chaînes de supermarchés affiliées comprennent Life Stores, la seizième chaîne en importance, qui est décrite un peu plus loin dans la présente section. Les autres chaînes de magasins affiliés sont :

Chaîne de supermarchés	Nombre de magasins	Région de concentration
York-Benimaru	51	Tohoku (Nord-Est du Japon)
York Mart	38	Région de Tokyo

La compagnie dirige également Seven-Eleven, la plus grande chaîne de dépanneurs au Japon, qui est décrite dans la section du présent document traitant des dépanneurs.

Ito-Yokado a des relations d'affaires avec les compagnies étrangères Denny's (É.-U.), Southland (É.-U.), Oshman's Sporting Goods (É.-U.) et Associated Dry Goods (É.-U.). Elle a quatre bureaux à l'étranger, dont un à San Francisco.

Ito-Yokado est relativement ancienne pour une chaîne de supermarchés fondée en 1920. La compagnie a ouvert le premier « hypermarché » du Japon en 1961. Ito-Yokado est la chaîne de supermarchés la plus rentable du Japon. Elle est d'ailleurs fière des liens étroits qui unissent les membres de son groupe.

SEIYU LTÉE

Adresse : Sunshine 60, 3-1-1, Higashi-Ikebukuro, Toshima-ku, Tokyo 170, Japon Téléphone : 03-989-5111 Télex : 02723113, 02722444, 02722394 SEIYUF J	
CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL (Exercice se terminant en février 1988)	866 307 millions de yens
NOMBRE TOTAL DE MAGASINS	175
EMPLACEMENT DES MAGASINS	n.d.
MOYENNE DES VENTES ANNUELLES PAR MAGASIN	4 950 millions de yens
POURCENTAGE DES VENTES DE PRODUITS ALIMENTAIRES	36 %
SUPERFICIE TOTALE DE MAGASIN	771 000 mètres carrés
NOMBRE TOTAL D'EMPLOYÉS	11 374
ANNÉE DE FONDATION	1946

Troisième plus grande chaîne d'hypermarchés et de supermarchés, Seiyu exploite directement 175 magasins répartis dans toutes les régions du Japon, mais surtout dans celle de Tokyo. Seiyu, la branche des supermarchés Seibu Retail Enterprises, est membre du Groupe Seibu.

Seiyu est elle-même une filiale de Seibu Department Stores. Seiyu et Seibu Department Stores ayant investi ensemble dans la formation d'autres entreprises collectives, les deux sociétés sont davantage sur un pied d'égalité au Seibu Retail Enterprises Group que les autres membres du groupe.

Les autres sociétés affiliées qui font le commerce des produits alimentaires sont :

Société	Genre d'exploitation
Seiyu Foods	Fabrication et transformation d'aliments
Roly Doll	Vendeurs de glaces
Ceppo	Chaîne de restaurants-minute
Family Mart	Chaîne de dépanneurs (la cinquième en importance au Japon)
Shell Garden	Supermarché haut de gamme dans la région de Tokyo

En outre, Seiyu est aussi lié par un contrat de licence avec Sears, Roebuck, (É.-U.), et Jewel Companies (É.-U.). Seiyu a plusieurs bureaux à l'étranger, dont un à Chicago.

Seiyu a été la première société japonaise de vente au détail à ouvrir un supermarché à Beijing, en Chine. Le supermarché offre essentiellement des produits alimentaires, des produits divers et des aliments préparés au. ressortissants japonais.

Seiyu envisage de créer une nouvelle entreprise qui distribuerait des produits génériques (Mujirushi Ryohin) et ainsi donner de l'expansion à son entreprise de franchisage et faire du commerce de gros avec divers détaillants, comme des magasins à rayons.

En 1988, le groupe Seibu Saison a établi « Seiyu Finance Asia » à Hong Kong au moyen de laquelle le Groupe offre une assistance financière aux entreprises des « nouvelles économies industrielles » pour ainsi favoriser les relations d'affaires entre les entreprises japonaises et les entreprises asiatiques.

JUSCO LTÉE

Adresse : 1-1, Kandanishiki-cho, Chiyoda-ku, Tokyo 101, Japon Téléphone : 03-296-7871 Télex : 2225528, 2222570 JUSCO J	
CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL (Exercice se terminant en février 1988)	807 007 millions de yens
NOMBRE TOTAL DE MAGASINS	163
EMPLACEMENT DES MAGASINS	Toutes les régions
MOYENNE DES VENTES ANNUELLES PAR MAGASIN	5 012 millions de yens
POURCENTAGE DES VENTES DE PRODUITS ALIMENTAIRES	27 %
SUPERFICIE TOTALE DE MAGASIN	776 000 mètres carrés
NOMBRE TOTAL D'EMPLOYÉS	19 960 À temps plein : 10 976 À temps partiel : 8 984
ANNÉE DE FONDATION	1926

Jusco est la quatrième plus grande chaîne d'hypermarchés et de supermarchés au Japon. Elle a été établie en 1969 à la suite d'une fusion de trois chaînes de supermarchés situées dans les régions d'Osaka et de Nagoya. Des 163 magasins Jusco, 64 sont situés dans la région de Kinki, 47 dans la région de Chubu et 52 dans les autres régions. Le chiffre d'affaires de cette chaîne a atteint 807 milliards de yens en 1987.

Jusco est affiliée à d'autres grands supermarchés du Japon, nommément :

Chaîne de supermarchés	Nombre de magasins	Région de concentration
Kakudai Jusco	9	Miyagi
Isejin Chain	24	Ibaragi
Ojiya Jusco	18	Chiba
Hokuriku Jusco	17	Ishikawa
Fukuoka Jusco	14	Fukuoka

À l'instar d'autres grandes chaînes, Jusco développe activement d'autres secteurs d'activité dans le domaine de l'alimentation, y compris les chaînes de restaurants à service rapide, les dépanneurs et les restaurants familiaux. Jusco et trois autres grandes chaînes (Uny, Izumiya et Chujitsuya) ont formé AIC en 1979 dans le but de regrouper leurs achats à l'étranger. Safeway s'est jointe à AIC en 1981 et on s'attend à ce que Promodes, la deuxième chaîne française de supermarchés, le fasse également.

Jusco et General Mills ont créé une entreprise conjointe pour faire la promotion des restaurants Red Lobster. Jusco a trois bureaux à l'étranger, à savoir au Brésil, en Corée et en Australie.

NICHII LTÉE

Adresse : 2-14, Awaji-machi, Higashi-ku, Osaka 541, Japon Téléphone : 06-203-5075 Télex : 05228684, 05228685 NICFIN J	
CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL (Exercice se terminant en février 1988)	568 508 millions de yens
NOMBRE TOTAL DE MAGASINS	159
EMPLACEMENT DES MAGASINS	Toutes les régions
MOYENNE DES VENTES ANNUELLES PAR MAGASIN	3 576 millions de yens
POURCENTAGE DES VENTES DE PRODUITS ALIMENTAIRES	29 %
SUPERFICIE TOTALE DE MAGASIN	713 000 mètres carrés
NOMBRE TOTAL D'EMPLOYÉS	7 481
ANNÉE DE FONDATION	1963

Cinquième grande chaîne japonaise d'hypermarchés et de supermarchés du genre de ceux de Jusco, Nichii a été constituée à la suite d'une fusion de trois chaînes d'importance moyenne et d'un commerçant en gros. À l'heure actuelle, Nichii exploite directement 159 magasins dont le chiffre d'affaires a atteint près de 568 milliards de yens en 1987. Plus de la moité de ses magasins se trouvent dans la région d'Osaka et 25 sont situés aux environs de Tokyo. Quant aux autres, ils sont en général établis dans la partie sud du pays.

À l'instar des autres grandes chaînes, Nichii a des parts dans diverses entreprises, dont d'autres chaînes de supermarchés, des restaurants à service rapide, des magasins spécialisés, des services financiers aux consommateurs, des agences de voyages, etc.

Nichii s'est d'abord spécialisée dans les vêtements, puis a ajouté les produits alimentaires. En conséquence, la proportion des ventes de produits alimentaires y est moins élevée que dans les autres chaînes. Néanmoins, cette proportion augmente progressivement, la société mettant de plus en plus l'accent sur la vente de ces produits.

Nichii approvisionne 200 détaillants indépendants par l'intermédiaire de sa Nippon Allied Chain (NAC) qui est une association commerciale indépendante.

À l'étranger, Nichii entretient des rapports commerciaux surtout avec des entreprises de vêtements. Sur le plan international, ses ententes dans le secteur de l'alimentation comprennent le franchisage pour la restauration rapide d'Arby; des droits de vente exclusifs pour les produits de Vienna Sausage Manufacturing Co.; l'expertise de gestion de restaurants spécialisés dans le hamburger de Fuddruckers. Nichii a des bureaux commerciaux à l'étranger, dont un aux États-Unis.

UNY LTÉE

Adresse : 2-45-19, Mejeki, Nakamura-ku, Nagoya 450, Japon Téléphone : 052-585-3051 Télex : J 59797 UNYHONSH	
CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL (Exercice se terminant en février 1988)	451 123 millions de yens
NOMBRE TOTAL DE MAGASINS	114
EMPLACEMENT DES MAGASINS	Toutes les régions du Japon
MOYENNE DES VENTES ANNUELLES PAR MAGASIN	3 957 millions de yens
POURCENTAGE DES VENTES DE PRODUITS ALIMENTAIRES	40 %
SUPERFICIE TOTALE DE MAGASIN	581 000 mètres carrés
NOMBRE TOTAL D'EMPLOYÉS	6 868
ANNÉE DE FONDATION	1950

Sixième grande chaîne japonaise d'hypermarchés et de supermarchés, Uny a été formée à la suite de la fusion de deux chaînes de magasins exploitées dans la région de Nagoya. À l'heure actuelle, Uny exploite directement 106 magasins établis dans la partie centrale du Japon, dont le chiffre d'affaires s'élève à près de 451 milliards de yens.

Uny a diversifié ses services dans les secteurs de la vente au détail et en gros. Dans le secteur de la vente au détail, Uny s'est affiliée à U Store, une chaîne de supermarchés, Circle K Japan (dépanneur fonctionnant sous licence de Circle K Corp. des États-Unis) et Sagami (magasin spécialisé dans la vente de kimonos).

Uny élargit ses activités dans des secteurs autres que celui de la vente au détail comme celui des agences de voyages, du courtage immobilier et des télécommunications.

Pour se diversifier, la société s'est aussi associée aux entreprises étrangères suivantes : Winchell's Donut House, une division de Denny's des États-Unis, qui exploite des restaurants de beignes, Vendex International des Pays-Bas, une entreprise-conseil spécialisée en exploitation de magasins à rayons et de magasins spécialisés, Comp-U-Card International des États-Unis, service d'achats par ordinateur, et Micro Age Computer Stores, entreprise de franchise en informatique.

Uny a mis l'accent sur l'ouverture de magasins spécialisés tels Handih, Tom Tom et Almo.

En 1979, Uny s'est jointe à AIC, un groupe d'achats en commun de produits d'importation, regroupant nommément quatre autres grandes chaînes de supermarchés : Jusco, Izumiya, Chujitsuya et Uneed (Uneed a quitté le groupe en 1981).

En mars 1985, Uny a ouvert un premier dépanneur « Circle K Convenience Store (HK) » conjointement avec Li et Fung de Hong Kong et Circle K International, une filiale de Circle K des États-Unis. En 1987, Uny a ouvert à Hong Kong son premier supermarché d'une superficie de 13 000 mètres carrés.

IZUMIYA LTÉE

Adresse : 1-4-4, Hanazono-Minami, Nishinari-ku, Osaka 577, Japon Téléphone : 06-657-3355 Télex : 05267627	
CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL (Exercice se terminant en février 1988)	319 436 millions de yens
NOMBRE TOTAL DE MAGASINS	76
EMPLACEMENT DES MAGASINS	Ouest du Japon
MOYENNE DES VENTES ANNUELLES PAR MAGASIN	4 203 millions de yens
POURCENTAGE DES VENTES DE PRODUITS ALIMENTAIRES	44 %
SUPERFICIE TOTALE DE MAGASIN	325 000 mètres carrés
NOMBRE TOTAL D'EMPLOYÉS	4 053
ANNÉE DE FONDATION	1949

La société Izumiya a déclaré à la fin de l'exercice terminé en février 1988 un chiffre de ventes annuel de 320 milliards de yens, soit plus que la chaîne Nagasakiya. Izumiya, qui se spécialise essentiellement dans la vente de vêtements et de produits alimentaires, est actuellement la septième plus grande chaîne de supermarchés au Japon.

Izumiya a créé en 1979 la AIC (Allied Import Co.) pour regrouper ses achats de produits importés avec ceux de Jusco, Chujitsuya, Uny et Uneed (Uneed a quitté le groupe en 1981).

Izumiya a diversifié ses activités. En 1979, Isumiya s'est lancé dans le franchisage et, en 1988, la société comptait 14 franchises dans la partie ouest du Japon et espérait faire augmenter ce nombre rapidement. En 1982, la société, membre de Autorama, s'est également lancée dans la vente d'automobiles.

Izumiya implante actuellement un gros ordinateur central ainsi que le système POS qui faciliteront son expansion. En 1986, la société a achevé l'établissement de son réseau en direct aux niveaux de son siège social, de ses succursales et de son centre de livraison.

Izumiya a ouvert en 1987 ses deux premiers magasins dans la région de Kanto : le magasin Ushiku dans la préfecture d'Ibaraki et le magasin Yachiyo dans la préfecture de Chiba.

Izumiya continue de déployer des efforts afin d'augmenter le nombre de titulaires de sa carte de crédit qu'il a lancée en 1985.

Izumiya compte une trentaine de sociétés affiliées dont Sun Sports, Pelican, Sun Fresh, Sun Rolly et Sun Foods.

NAGASAKIYA LTÉE

Adresse : 3-7-14, Higashi-Nihonbashi, Chuo-ku, Tokyo 103, Japon Téléphone : 03-661-3810 Télex : 02523838 NAGASA	
CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL (Exercice se terminant en février 1988)	311 177 millions de yens
NOMBRE TOTAL DE MAGASINS	114
EMPLACEMENT DES MAGASINS	Toutes les régions du Japon
MOYENNE DES VENTES ANNUELLES PAR MAGASIN	2 706 millions de yens
POURCENTAGE DES VENTES DE PRODUITS ALIMENTAIRES	0 %
SUPERFICIE TOTALE DE MAGASIN	474 000 mètres carrés
NOMBRE TOTAL D'EMPLOYÉS	3 388
ANNÉE DE FONDATION	1948

Nagasakiya est la huitième plus grande chaîne japonaise de supermarchés, se spécialisant surtout dans les vêtements. Elle compte 114 magasins. C'est en 1948 qu'a été fondée la société Nagasakiya qui se spécialisait alors dans la vente d'articles de literie et de vêtements dans les banlieues de Tokyo. Étant une maison depuis longtemps établie, son volume de ventes annuelles augmente chaque année de 60 %. L'entreprise a lancé en 1979 sa propre marque de commerce, « Sunbird », ce qui a donné l'idée à d'autres supermarchés de créer aussi leurs propres marques de commerce. La société exploite une chaîne de magasins en franchisage « Sunbird », qui compte 310 points de vente. Au nombre de ses franchisés se trouve la société Kasumi.

Nagasakiya prévoit implanter le système POS dans les 1 400 magasins appartenant au groupe, qui compte également des restaurants et des magasins spécialisés. Dans un premier temps, Nagasakiya installera d'ici 1989 un système POS dans 114 supermarchés. Une fois ce système implanté, les données compilées seront contrôlées et gérées par Sun Joho Kaihatsu, une société affiliée à Nagasakiya.

Nagasakiya a fusionné en septembre 1988 les sociétés commerciales auxquelles elle était affiliée, le Sun East International et la Sun Trading, afin de renforcer son commerce d'import. La nouvelle société commerciale appelée « Sun East » a un capital-action de 203 millions de yens. Sun East International a des bureaux qui la représente aux Philippines et en Thaïlande.

Nagasakiya exploite également la chaîne « Sunkus », une chaîne de dépanneurs en franchisage. Sunkus, qui compte maintenant 320 dépanneurs qui lui appartiennent ou qui sont exploités en franchisage à Hokkaido et dans les régions de Tohoku et de Kanto, connaît une expansion rapide depuis 1985.

Nagasakiya tente également de propulser son secteur des ventes de produits alimentaires. La société vend des produits alimentaires par le truchement de sa filiale, le groupe Sundore, qui exploite 47 magasins dont le chiffre d'affaires s'est élevé à 50 milliards de yens pour l'exercice terminé en février 1988. Nagasakiya a décidé d'absorber et de fusionner en 1989 ses filiales Sundore et Sundore Hokkaido afin de renforcer son secteur des produits alimentaires.

Nagasakiya possède également des restaurants dits familiaux par le truchement de sa filiale « Oasis » qui exploite 65 restaurants dans les supermarchés Nagasakiya. Enfin, la société exploite en banlieue 15 restaurants « IHOP » sous la bannière américaine IHOP (International House et Pancakes) des États-Unis.

KOTOBUKIYA LTÉE

Adresse : 3-3-3, Honjo, Kumanoto 860, Japon Téléphone : 096-366-3111 Télex : 0762522 KIBKY J	
CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL (Exercice se terminant en février 1988)	279 653 millions de yens
NOMBRE TOTAL DE MAGASINS	148
EMPLACEMENT DES MAGASINS	Ouest du Japon
MOYENNE DES VENTES ANNUELLES PAR MAGASIN	1 890 millions de yens
POURCENTAGE DES VENTES DE PRODUITS ALIMENTAIRES	36 %
SUPERFICIE TOTALE DE MAGASIN	361 000 mètres carrés
NOMBRE TOTAL D'EMPLOYÉS	10 038 À temps plein : 5 010 À temps partiel : 5 028
ANNÉE DE FONDATION	1947

Kotobukiya, qui ne fait partie d'aucun groupement particulier, est la neuvième plus grande chaîne de supermarchés en Japon. Ses 148 magasins sont presque tous situés à Kyushu.

Fondée en 1947, la société Kotobukiya a d'abord été un détaillant de produits de beauté et de vêtements et ne s'est lancée dans l'alimentation qu'en 1961. La plus grande partie de ses ventes de produits alimentaires, soit entre 80 et 90 % de ses ventes totales, revient à ses 43 magasins K Combie. Cependant, tous les magasins Kotobukiya, sauf sept, offrent au moins quelques produits alimentaires.

Les autres entreprises de produits alimentaires de Kotobukiya comprennent :

Entreprise	Genre d'exploitation
Hakusho	Chaîne de supermarchés
Hyuga	Chaîne de supermarchés
Ejimaya	Chaîne de supermarchés
Gruppe	Restaurant
Boulangerie Kotobukiya	Boulangerie

Kotobukiya a un bureau d'affaires à Taiwan.

CHUJITSUYA LTÉE

Adresse : 2-1-11, Kabuki-cho, Shinjuku-ku, Tokyo 160, Japon Téléphone : 03-209-2121 Télex : 02325021 CHUJIT J	
CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL (Exercice se terminant en février 1988)	279 180 millions de yens
NOMBRE TOTAL DE MAGASINS	77
EMPLACEMENT DES MAGASINS	Est du Japon
MOYENNE DES VENTES ANNUELLES PAR MAGASIN	3 626 millions de yens
POURCENTAGE DES VENTES DE PRODUITS ALIMENTAIRES	21 %
SUPERFICIE TOTALE DE MAGASIN	326 000 mètres carrés
NOMBRE TOTAL D'EMPLOYÉS	7 540 À temps plein : 3 809 À temps partiel : 3 731
ANNÉE DE FONDATION	1954

Chujitsuya, qui est membre du groupe AIC, est la dixième plus grande chaîne de supermarchés au Japon. Ses 77 magasins sont principalement situés dans la banlieue de Tokyo.

Chujitsuya, qui était en 1933 une petite boutique de marchandises sèches, est devenue en 1960 une entreprise de supermarchés. Ses magasins, situés pour la plupart dans les banlieues, sont spacieux et dotés de vastes parcs de stationnement. Il s'agit là encore d'une chaîne de supermarchés très diversifiée. Ses principales filiales qui font le commerce des produits alimentaires sont :

Société	Genre d'exploitation
Coop Meat	Conditionnement de la viande
World foods	Transformation des aliments
K.C. Suisan	Vente en gros de fruits de mer
Nice	Supermarché de prestige

Chujitsuya est aussi titulaire pour le Japon d'une licence de franchisage de Hungry Tiger, une chaîne américaine de fruits de mer.

MARUETSU INC.

Adresse : 17-2, Ageba-cho, Shinjuku-ku, Tokyo 162, Japon Téléphone : 03-268-6111 Télex : 02323259 MARUET J	
CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL (Exercice se terminant en mars 1988)	250 006 millions de yens
NOMBRE TOTAL DE MAGASINS	173
EMPLACEMENT DES MAGASINS	Est du Japon
MOYENNE DES VENTES ANNUELLES PAR MAGASIN	1 445 millions de yens
POURCENTAGE DES VENTES DE PRODUITS ALIMENTAIRES	77 %
SUPERFICIE TOTALE DE MAGASIN	255 000 mètres carrés
NOMBRE TOTAL D'EMPLOYÉS	8 421 À temps plein : 4 136 À temps partiel : 4 285
ANNÉE DE FONDATION	1943

Bien que Maruetsu soit la onzième plus grande chaîne de supermarchés du Japon, elle se considère comme la plus grande chaîne de supermarchés d'alimentation. Maruetsu ne vend pas plus de denrées alimentaires que Daiei, mais la proportion de ses ventes de produits alimentaires, soit 77 % des ventes totales, est plus du double de celle de Daiei (33 %). D'autre part, bien que la proportion des ventes de produits alimentaires soit élevée chez Maruetsu, la société a ouvert bon nombre de magasins qui offrent une grande variété de marchandises sèches.

Les 173 magasins de Maruetsu sont situés dans la région de Kanto-Tokyo. En tant que membe du groupe Daiei, la société compense la faiblesse du réseau commercial de Daiei dans la région de Tokyo. Maruetsu, qui a débuté en 1945, n'était alors qu'un magasin d'alimentation indépendant. La société n'a adopté le nom de Maruetsu qu'en 1974. L'une de ses principales expansions est survenue en 1981 lorsqu'elle a absorbé Sanko, un autre membre important du groupe Daiei.

Ce n'est que récemment que Maruetsu a commencé à exploiter d'autres secteurs du commerce de détail. Tout dernièrement, la société a redoublé d'efforts pour rattraper à ce point de vue ses autres concurrents en élargissant sa base d'opérations. Dans le secteur de l'alimentation, ces nouvelles entreprises sont :

Société	Genre d'exploitation
The Old Spaghetti Factory	Chaîne de restaurants
Woodpecker	Restaurant familial
Bulk Shop	Vente en vrac de produits alimentaires

UNEED LTÉE

Adresse : 7-20, Gion-Machi, Hakata-ku, Fukuoka 812, Japon Téléphone : 092-261-3111 Télex : J723680 DAIE 004	
CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL (Exercice se terminant en février 1988)	246 259 millions de yens
NOMBRE TOTAL DE MAGASINS	60
EMPLACEMENT DES MAGASINS	Ouest du Japon
MOYENNE DES VENTES ANNUELLES PAR MAGASIN	4 104 millions de yens
POURCENTAGE DES VENTES DE PRODUITS ALIMENTAIRES	34 %
SUPERFICIE TOTALE DE MAGASIN	350 000 mètres carrés
NOMBRE TOTAL D'EMPLOYÉS	7 237 À temps plein : 2 925 À temps partiel : 4 312
ANNÉE DE FONDATION	1946

Uneed est la deuxième grande chaîne de supermarchés au Japon. Ses 60 magasins sont concentrés dans la région de Kyushu, au sud du Japon. Uneed est directement affiliée au groupe Daiei, dont elle fait partie et qui détient environ 25 % de ses parts.

Uneed a été fondée en 1895 dans la région de Kyushu. À l'origine, il s'agissait d'un bazar dirigé par la famille Fuchigami. En 1946, quatre chaînes distinctes ont été amalgamées et ont pris le nom de Uneed. Uneed s'est jointe à Daiei en 1981 et a quitté AIC qu'elle avait contribué à mettre sur pied.

Les entreprises affiliées à Uneed sont, entre autres :

- Fuji Iryo (vêtements)
- Nishi-Nippon Sun Kensetsu (entretien des édifices et construction)
- Taiyo Shokuhin (fabrication/ventes de produits alimentaires)
- Green Card (ventes à crédit)
- Kyushu Daily Dish (fabrication/vente de produits alimentaires)
- La Pearl (restaurant)
- Kyushu System Service (vente de machines de bureau et de services de traitement des données)
- Sun Shizuka (dépanneur)
- Takachiho (vente d'articles de photographie)

TOKYU LTÉE

Adresse : 1-21-12, Kami-Meguro, Meguro-ku, Tokyo 153, Japon Téléphone : 03-711-0109 Télex : 02466408 TKYUSC J	
CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL (Exercice se terminant en février 1988)	222 400 millions de yens
NOMBRE TOTAL DE MAGASINS	83
EMPLACEMENT DES MAGASINS	Est du Japon
MOYENNE DES VENTES ANNUELLES PAR MAGASIN	2 680 millions de yens
POURCENTAGE DES VENTES DE PRODUITS ALIMENTAIRES	63 %
SUPERFICIE TOTALE DE MAGASIN	189 000 mètres carrés
NOMBRE TOTAL D'EMPLOYÉS	3 141
ANNÉE DE FONDATION	1956

Tokyu Store est le secteur des supermarchés du groupe Tokyu dont la société-mère est Tokyu Railway. À ce point de vue, la situation de Tokyu est semblable à celle des magasins Seiyu qui a été décrite précédemment et dont la société-mère est Seibu Saison Group.

La plupart des magasins Tokyu sont situés dans la région de Tokyo, souvent dans les gares de la société-mère ou à leur proximité. Tokyu Store a été établie en 1956 et grâce au pouvoir financier du groupe Tokyu, elle a peu à peu réussi à acquérir 83 magasins. Les ventes de Tokyu Store ont augmenté de 2 à 4 % par année au cours des dernières années. Tokyu espère améliorer son rendement en ouvrant de vastes magasins polyvalents.

Tokyu Stores n'a pas développé ses entreprises affiliées au même rythme que les autres grandes chaînes.

K.K. MARUSHOKU

Adresse : 1-3-33, Kaneda, Ogura Kita-ku, Kitakyushu 803, Japon Téléphone : 093-591-3711	
CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL (Exercice se terminant en juin 1988)	199 565 millions de yens
NOMBRE TOTAL DE MAGASINS	176
EMPLACEMENT DES MAGASINS	Ouest du Japon
MOYENNE DES VENTES ANNUELLES PAR MAGASIN	1 134 millions de yens
POURCENTAGE DES VENTES DE PRODUITS ALIMENTAIRES	49 %
SUPERFICIE TOTALE DE MAGASIN	211 248 mètres carrés
NOMBRE TOTAL D'EMPLOYÉS	4 452 À temps plein : 3 320 À temps partiel : 1 132
ANNÉE DE FONDATION	1947

Marushoku est la quatorzième plus grande chaîne de supermarchés au Japon. La société est surtout implantée dans les régions de Kyushu et de Chugoku (aux environs de Hiroshima). Officiellement, elle ne fait partie d'aucune autre chaîne de supermarchés ni d'aucun autre regroupement d'entreprises.

Marushoku, qui était d'abord un petit magasin d'alimentation, a été établie en 1947 dans la région de Kyushu. Au cours des années, la société s'est aussi lancée dans la fabrication et la transformation de produits alimentaires, puis a ouvert son premier supermarché en 1955. Depuis, la société n'a cessé de prendre de l'expansion et compte maintenant 176 points de vente qu'elle exploite directement. En outre, Marushoku a sept chaînes affiliées de supermarchés dans les régions de Kyushu et de Chugoku.

Contrairement à la plupart des autres chaînes de sa catégorie, il semble que Marushoku n'ait pas essayé de diversifier ses entreprises, en dehors de l'exploitation de base des supermarchés.

HEIWADO LTÉE

Adresse : 31, Koizumi-cho, Hikone-shi, Shiga-ken 522, Japon Téléphone : 0749-23-3111	
CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL (Exercice se terminant en février 1988)	150 704 millions de yens
NOMBRE TOTAL DE MAGASINS	52
EMPLACEMENT DES MAGASINS	Ouest du Japon
MOYENNE DES VENTES ANNUELLES PAR MAGASIN	2 898 millions de yens
POURCENTAGE DES VENTES DE PRODUITS ALIMENTAIRES	47 %
SUPERFICIE TOTALE DE MAGASIN	164 000 mètres carrés
NOMBRE TOTAL D'EMPLOYÉS	5 089 À temps plein : 2 770 À temps partiel : 2 319
ANNÉE DE FONDATION	1957

Heiwado est la quinzième plus grande chaîne de supermarchés au Japon. Ses 52 magasins sont tous situés dans la préfecture de Shiga, à l'ouest de Kyoto.

Établie en 1957, Heiwado s'est transformée en supermarché en 1966. Depuis, elle s'est fusionnée à une autre chaîne, a commencé à ouvrir des filiales à l'extérieur de la préfecture de Shiga et a mis sur pied un programme dynamique de diversification. Les entreprises affiliées à Heiwado comprennent, entre autres, un terrain de golf, une chaîne d'hôtels, des magasins de meubles et d'appareils électro-ménagers et une firme d'entretien d'immeubles.

Parmi les entreprises de cette société qui se spécialisent dans l'alimentation, il y a :

Société	Genre d'exploitation
Higashi Kinki Chiiki Super	Supermarchés
Heiwa Foods	Gestion de restaurant
Fire Star	Restaurant familial

Ce n'est qu'à la fin de 1984 que la société Heiwado a commencé à s'occuper de la gestion de restaurants et de restaurants familiaux.

Depuis 1974, Heiwado est membre de Nichiryu (Nihon Ryutsu Sangyo), qui lui fournit ses marques de produits alimentaires.

LIFE STORES LTÉE

Adresse : 1-7-44, Nishi-Mikuni, Yodogawa-ku, Osaka 532, Japon Téléphone : 06-395-1951	
CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL (Exercice se terminant en février 1988)	128 015 millions de yens
NOMBRE TOTAL DE MAGASINS	69
EMPLACEMENT DES MAGASINS	Est du Japon : 22 Ouest du Japon : 47
MOYENNE DES VENTES ANNUELLES PAR MAGASIN	1 855 millions de yens
POURCENTAGE DES VENTES DE PRODUITS ALIMENTAIRES	71 %
SUPERFICIE TOTALE DE MAGASIN	95 521 mètres carrés
NOMBRE TOTAL D'EMPLOYÉS	5 303 À temps plein : 2 322 À temps partiel : 2 981
ANNÉE DE FONDATION	1956

Life Stores est la seizième plus grande chaîne de supermarchés et, à l'instar de Maruetsu, est l'une des chaînes qui se concentre davantage sur les produits alimentaires que sur les autres marchandises. Les 69 points de vente de la société sont surtout situés près des grandes villes d'Osaka et de Tokyo. Life Stores est une filiale d'Ito-Yokado.

La fondation de Life Stores remonte à l'époque de Meiji, mais la chaîne n'a pris son nom actuel et sa forme de supermarché qu'en 1961. D'abord établie à Osaka, la chaîne a ouvert son premier magasin à Tokyo en 1971 et en possède maintenant 11 dans cette région.

Life Stores n'a pas créé d'entreprises affiliées aussi rapidement que les autres chaînes de supermarchés. Sa seule entreprise affiliée dans le secteur de l'alimentation est le fournisseur en gros Sanwa Bussan.

INAGEYA LTÉE

Adresse : 5-3-1, Minami-machi, Higashi-Yamato-shi, Tokyo 189, Japon Téléphone : 0426-61-4551 Télex: 2842-385	
CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL (Exercice se terminant en mars 1988)	118 567 millions de yens
NOMBRE TOTAL DE MAGASINS	98
EMPLACEMENT DES MAGASINS	Est du Japon
MOYENNE DES VENTES ANNUELLES PAR MAGASIN	1 210 millions de yens
POURCENTAGE DES VENTES DE PRODUITS ALIMENTAIRES	85 %
SUPERFICIE TOTALE DE MAGASIN	104 478 mètres carrés
NOMBRE TOTAL D'EMPLOYÉS	3 868 À temps plein : 1 468 À temps partiel : 2 400
ANNÉE DE FONDATION	1948

Inageya est la dix-septième plus grande chaîne de supermarchés. Ses 98 supermarchés sont tous situés dans la région de Kanto (près de Tokyo). Inageya est principalement une chaîne de supermarchés d'alimentation.

Ayant débuté comme un petit magasin d'alimentation en même temps que Meiji, la société a adopté le concept de libre-service en 1956 et a connu une croissance importante après 1975. Récemment, elle a ouvert un certain nombre de supérettes. Inageya ne fait partie d'aucun groupe d'achat ou de marchandisage.

Inageya pourrait s'intéresser davantage au développement de sociétés affiliées afin de garder un bon taux de croissance. Pour le moment, néanmoins, la société n'a qu'une filiale dans le secteur de l'alimentation, une petite entreprise de transformation d'aliments, la Sun Food Japan.

6. Les dépanneurs

La section qui suit se divise en deux parties. La première donne un classement par chiffre d'affaires des 20 principales chaînes japonaises de dépanneurs et de supérettes, ainsi que des renseignements de base comme l'adresse, le nombre de magasins, le chiffre d'affaires en 1987 et la proportion des ventes de produits alimentaires et de boissons par rapport au volume total des ventes.

La deuxième partie décrit de façon plus détaillée les cinq premières chaînes de dépanneurs et de supérettes, donnant une description de leurs principales caractéristiques et activités et un tableau sur les données de base relatives à l'exploitation.

Nom de la société	Ventes pour 1987		
	Total (en millions de yens)	Aliments et boissons (%)	Nombre de magasins
Seven-Eleven Japan Ltée 1-4, Shiba-Koen 4-chome Minato-ku, Tokyo 105 Téléphone : (03) 459-3711	521 906	75	2 964
Lawson Japan 1, Toyotsu-cho 9-chome Suita Osaka 564 Téléphone : (06) 380-4491	167 100	85	1 831
K.K. Sun Shop Yamazaki (Sun Every) 2-4, Iwamoto-cho 3-chome Chiyoda-ku, Tokyo 101 Téléphone : (0473) 25-4181	163 694	76	1 657
K Mart Chain Kyodo 2-20, Shinanomachi 2-chome Minami-ku, Osaka 542 Téléphone : (06) 212-2541	127 600	95	1 012
K.K. Family Mart 27-10, Higashi Ikebukuro 4-chome Toshima-ku Tokyo 170 Téléphone : (03) 989-6600	126 476	75	1 007
K.K. Sun Chain 17-4, Ueno 3-chome Taito-ku, Tokyo 110 Téléphone : (03) 834-9121	80 973	76	648
Mon Mart Store Systems 8-6, Koyama 1-chome Shinagawa-ku, Tokyo 142 Téléphone : (03) 787-0024	47 768	89	330
Kokubu K.K. (Kokubu Grocers Chain Alliance) 1-1, Nihonbashi 1-chome Chuo-ku, Tokyo 103 Téléphone : (03) 276-4301	46 914	n.d.	n.d.
Hot SPAR 1-3, Higashi nakanoki-cho Tsuchiura 300 Téléphone : (0298) 31-7190	41 145	n.d.	333
Circle K. 4-8-10, Meieki Nakamura-ku Nagoya Téléphone : (052) 585-3911	40 420	n.d.	369
K.K. Sunkus 5-10, Higashi Nihonbashi 2-chome Chuo-ku Tokyo 103 Téléphone : (03) 866-4145	32 400	n.d.	236

Nom de la société	Ventes pour 1987		
	Total (en millions de yens)	Aliments et boissons (%)	Nombre de magasins
K.K. SeikoMart Nishi 1-chome Minami Rokujo Chuo-ku, Sapporo 064 Téléphone : (011) 51-2796	31 600	80	276
K.K. Coco Store 7-33, Sakae 1-chome Naka-ku, Nagoya 460 Téléphone : (052) 231-6235	31 000	80	245
Mini Stop K.K. 1, Kanda Nishiki-cho 1-chome Chiyoda-ku, Tokyo 101 Téléphone : (03) 246-8856	21 162	75	158
K.K. FG Chain 34-8, Kamakura 4-chome Katsushika-ku, Tokyo 125 Téléphone : (03) 650-3311	20 342	77	165
K.K. Niko Mart 17-4, Shintomi 1-chome Chuo-ku, Tokyo 104 Téléphone : (03) 553-5291	18 192	n.d.	167
Shimizu Food Franchise Chain 1, Horinouchi Niigata 950 Téléphone : (0252) 41-7241	13 635	70	93
K.K. Bull Mart 29-11, Yotsuya 4-chome Shinjuku-ku, Tokyo 160 Téléphone : (03) 341-9731	13 610	73	168
Night Shop Ishizuchi 2-259, Ochi-cho Matsuyama 790 Téléphone : (0899) 57-6413	13 227	67	232
Mammy Chain 1045-3, Motoyoshida-cho Mito 310 Téléphone : (0292) 47-7300	9 300	74	63

SEVEN-ELEVEN JAPAN LTÉE

Adresse : 4-1-4, Shiba-Koen, Minato-ku, Tokyo 105, Japon Téléphone : 03-459-3711	
CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL (Exercice se terminant en février 1988)	521 906 millions de yens
NOMBRE TOTAL DE MAGASINS	2 964
EMPLACEMENT DES MAGASINS	Toutes les régions du Japon
MOYENNE DES VENTES ANNUELLES PAR MAGASIN	176 millions de yens
POURCENTAGE DES VENTES DE PRODUITS ALIMENTAIRES	75 %
SUPERFICIE TOTALE DE MAGASIN	330 000 mètres carrés
NOMBRE TOTAL D'EMPLOYÉS	1 407
ANNÉE DE FONDATION	1973

Seven-Eleven, qui a connu un succès phénoménal au Japon, est certainement la plus grande chaîne de dépanneurs puisque son chiffre d'affaires est plus que le double de celui de son plus proche concurrent. La société a connu une très grande expansion depuis l'ouverture de son premier magasin en 1974. Elle compte maintenant 2 964 points de vente Seven-Eleven au Japon. Seven-Eleven a encore des possibilités d'expansion.

Seven-Eleven exploite ses magasins à peu près de la même façon qu'en Amérique du Nord, avec le même choix de produits frais, de repas-minute et d'articles divers. Elle vend évidemment des spécialités japonaises telles le déjeuner-boîte ou « bento », ou des nouilles prêtes à servir. Beaucoup d'autres produits (eaux gazeuses, hamburgers, aliments surgelés) ressemblent beaucoup à leurs équivalents nord-américains.

Le groupe Ito-Yokado, dont Seven-Eleven fait partie, contrôle les droits de franchise de la société au Japon.

K.K. LAWSON JAPAN

Adresse : 9-1, Toyotsu-Machi, Suita-shi, Osaka 564, Japon Téléphone : 06-380-4491	
CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL (Exercice se terminant en février 1987)	167 100 millions de yens
NOMBRE TOTAL DE MAGASINS	1 831
EMPLACEMENT DES MAGASINS	Toutes les régions du Japon
MOYENNE DES VENTES ANNUELLES PAR MAGASIN	91 millions de yens
POURCENTAGE DES VENTES DE PRODUITS ALIMENTAIRES	85 %
SUPERFICIE TOTALE DE MAGASIN	n.d.
NOMBRE TOTAL D'EMPLOYÉS	2 096
ANNÉE DE FONDATION	1975

Lawson Japan est la propriété du conglomérat de vente au détail Daiei qui l'exploite sous licence de Lawson Foods des États-Unis. Lawson est la deuxième chaîne de dépanneurs du Japon. Ses points de vente se trouvent partout au pays et de façon prédominante dans la région de Osaka.

Le premier Lawson a été ouvert en 1975. Il s'agit essentiellement d'un dépanneur typique qui vend peu d'aliments frais. Ce sont surtout des aliments transformés et des articles divers qui y sont vendus de même que des mets-minute.

Lawson ressemble aux dépanneurs de la chaîne Seven Eleven en ce sens que les marques de commerce et l'organisation sont exploitées sous licence d'une chaîne américaine par une des plus importantes sociétés japonaises de vente au détail.

SUN EVERY YAMAZAKI DAILY STORE

Adresse : 1-9-2, Ichikawa, Ichikawa-shi, Chiba 272, Japon Téléphone : 0473-25-4181	
CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL (Exercice se terminant en décembre 1987)	163 694 millions de yens
NOMBRE TOTAL DE MAGASINS	1 657
EMPLACEMENT DES MAGASINS	Toutes les régions du Japon
MOYENNE DES VENTES ANNUELLES PAR MAGASIN	99 millions de yens
POURCENTAGE DES VENTES DE PRODUITS ALIMENTAIRES	76 %
SUPERFICIE TOTALE DE MAGASIN	n.d.
NOMBRE TOTAL D'EMPLOYÉS	n.d.
ANNÉE DE FONDATION	1977

Troisième plus grande chaîne de dépanneurs, Sun Shop Yamazaki appartient à la société Yamazaki Bread Co. qui exploite elle-même la chaîne. Yamazaki Bread est la plus grande boulangerie du Japon et a monté une entreprise en participation très prospère avec Nabisco, dont elle vend les produits sur le marché japonais.

Fondée en 1977, Sun Shop Yamazaki a connu une expansion rapide. Elle possède actuellement 1 657 points de vente. Au cours des trois dernières années, la société a ouvert en moyenne près de 350 nouvelles filiales par année. Presque tous les magasins sont des franchises.

Le magasin Sun Shop Yamazaki ressemble plutôt au dépanneur de Seven-Eleven et vend très peu de produits frais. Le gros de ses ventes comprend des aliments transformés et des produits laitiers.

CHAINE K MART LTÉE

Adresse : 2-2-20, Shimanouchi, Minami-ku, Osaka 542, Japon Téléphone : 06-212-2541	
CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL (Exercice se terminant en mars 1987)	127 600 millions de yens
NOMBRE TOTAL DE MAGASINS	1 012
EMPLACEMENT DES MAGASINS	Toutes les régions du Japon
MOYENNE DES VENTES ANNUELLES PAR MAGASIN	125 millions de yens
POURCENTAGE DES VENTES DE PRODUITS ALIMENTAIRES	95 %
SUPERFICIE TOTALE DE MAGASIN	n.d.
NOMBRE TOTAL D'EMPLOYÉS	n.d.
ANNÉE DE FONDATION	1978

La chaîne K Mart du Japon n'a aucun rapport avec les magasins K Mart bien connus en Amérique du Nord. Il s'agit d'un commerce complètement différent, puisque la « chaîne K Mart » japonaise est une chaîne de dépanneurs. Quelques-uns de ces magasins tombent dans la catégorie des supérettes, ayant une surface de vente allant de 400 à 500 m^2.

La chaîne K Mart est une chaîne indépendante dont aucun point de vente n'est exploité directement. On y trouve surtout des produits frais et des aliments transformés et très peu de repas-minute.

Fondée en 1964, K Mart est la quatrième plus grande chaîne de dépanneurs au Japon. Ses 1 012 points de vente se trouvent surtout dans l'île de Honshu. La plupart des points de vente se trouvent à l'ouest du Honshu.

FAMILY MART LTÉE

Adresse : 4-27-10, Higashi Ikebukuro, Toshima-ku, Tokyo 170, Japon Téléphone : 03-989-6600	
CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL (Exercice se terminant en février 1987)	126 476 millions de yens
NOMBRE TOTAL DE MAGASINS	1 007
EMPLACEMENT DES MAGASINS	Toutes les régions du Japon
MOYENNE DES VENTES ANNUELLES PAR MAGASIN	126 millions de yens
POURCENTAGE DES VENTES DE PRODUITS ALIMENTAIRES	75 %
SUPERFICIE TOTALE DE MAGASIN	n.d.
NOMBRE TOTAL D'EMPLOYÉS	n.d.
ANNÉE DE FONDATION	1981

Family Mart est la cinquième grande chaîne de dépanneurs au Japon. Propriété des magasins Seiyu, Family Mart fait partie du groupe Seibu Saison. Family Mart, qui a ouvert son premier magasin en 1978, compte maintenant 1 007 points de vente dont 90 % se trouvent dans la région de Kanto, aux environs de Tokyo.

Family Mart prend de plus en plus d'expansion. La compagnie projette maintenant de s'établir dans la région de Chubu, aux environs de Nagoya.

L'assortiment des produits des magasins de Family Mart ressemble à celui que l'on trouve chez les dépanneurs de style occidental : peu de produits frais, mais plutôt une grande quantité d'aliments transformés. Les repas-minute ne représentent qu'un faible pourcentage des ventes réalisées par les magasins de Family Mart.

Plus de 90 % des magasins de Family Mart sont des franchises. La vente de produits alimentaires portant la marque « Family Mart », comme le lait, le pain, et les boissons en cannette, est en pleine expansion et les mets-minute se vendent aussi très bien.

K.K. SUN CHAIN

Adresse : 3-17-4, Ueno, Taito-ku, Tokyo 110, Japon Téléphone : 03-834-9121	
CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL (Exercice se terminant en février 1987)	80 973 millions de yens
NOMBRE TOTAL DE MAGASINS	648
EMPLACEMENT DES MAGASINS	Toutes les régions du Japon
MOYENNE DES VENTES ANNUELLES PAR MAGASIN	125 millions de yens
POURCENTAGE DES VENTES DE PRODUITS ALIMENTAIRES	76 %
SUPERFICIE TOTALE DE MAGASIN	27 392 mètres carrés
NOMBRE TOTAL D'EMPLOYÉS	2 064
ANNÉE DE FONDATION	1976

Sun Chain est la sixième plus grande chaîne de dépanneurs au Japon. Membre du groupe Daiei (Daiei est un des deux seuls actionnaires), Sun a connu dans tout le pays une expansion rapide depuis le début de ses opérations en 1976. Elle compte maintenant 648 points de vente, dont près de la moitié se trouvent dans la région de Tokyo. Ce qui caractérise particulièrement Sun Chain, c'est que presque tous ses points de vente sont ouverts vingt-quatre heures sur vingt-quatre.

Le magasin de Sun Chain ressemble beaucoup au dépanneur de style occidental du type Lawson's, l'autre chaîne de dépanneurs de Daiei. Comme Lawson's, Sun vend très peu de produits frais, mais se spécialise plutôt dans les aliments transformés et les produits laitiers.

Environ la moitié des points de vente de Sun Chain sont des franchises. Quant à l'autre moitié, ils sont la propriété de Sun Chain qui les exploite directement. La politique de la société semble être de franchiser les magasins qu'elle exploite directement.

Affaires extérieures Canada
External Affairs Canada

Canada